

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ: ТЕНДЕНЦИИ И ВЫЗОВЫ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Бердиева О., преподавательница

Гулгелдиева О., преподавательница

Чарыев С., студент

Туркменский государственный архитектурно-строительный

институт, г. Ашхабад, Туркменистан

Аннотация: Электронная коммерция становится ключевым драйвером экономического развития в условиях глобализации. В статье анализируются основные тенденции роста электронной коммерции, влияние пандемии COVID-19 на изменения потребительских привычек, а также рассмотрены вызовы, с которыми сталкиваются компании и рынки. Особое внимание уделено вопросам логистики, кибербезопасности и регулирования, а также влиянию трансграничной торговли на развитие электронной коммерции.

Ключевые слова: электронная коммерция, глобализация, трансграничная торговля, логистика, кибербезопасность, цифровые платформы.

Электронная коммерция (ЭК) — это форма торговли, основанная на использовании цифровых технологий для покупки и продажи товаров и услуг через интернет. В последние десятилетия ЭК стала одной из наиболее быстрорастущих отраслей мировой экономики. По данным Statista, в 2022 году объем мирового рынка электронной коммерции превысил \$5,7 трлн, а к 2027 году прогнозируется его рост до \$8 трлн.

Глобализация, сопровождающаяся усилением цифровизации, изменила подходы к ведению бизнеса, позволив компаниям выходить на международные рынки, а потребителям — получать доступ к товарам из любой точки мира. Однако быстрый рост отрасли сопровождается вызовами, требующими новых стратегий и решений.

Тенденции в электронной коммерции

1. Рост трансграничной торговли

Развитие логистической инфраструктуры и цифровых платформ, таких как Alibaba, Amazon и eBay, ускорило процессы трансграничной торговли. По данным UNCTAD, доля трансграничной электронной коммерции в общем объеме ЭК составляет около 25%.

Покупатели все чаще приобретают товары из других стран благодаря разнообразию предложений и конкурентным ценам. Например, Россия в 2022 году импортировала через маркетплейсы товаров на сумму более 500 млрд рублей, что на 18% больше, чем в

2021 году (Источник: АКИТ).

2. Изменение потребительских привычек

Пандемия COVID-19 стала катализатором перехода к онлайн-покупкам. В период локдауна, по данным McKinsey, около 30% покупателей впервые попробовали приобрести товары в интернете. Эти изменения закрепились: даже после снятия ограничений доля онлайн-продаж осталась высокой, особенно в сегментах продуктов питания и товаров для дома.

3. Развитие мобильной коммерции

Рост проникновения смартфонов способствует увеличению числа мобильных покупок. По данным AppAnnie, в 2023 году около 72% всех онлайн-покупок в мире были совершены через мобильные устройства. Платформы инвестируют в разработку удобных мобильных приложений и адаптацию сайтов для мобильных устройств.

4. Интеграция искусственного интеллекта (ИИ)

ИИ активно используется для персонализации предложений, автоматизации обслуживания клиентов (чат-боты), прогнозирования спроса и анализа данных о поведении потребителей. Amazon, например, внедрил алгоритмы машинного обучения, которые увеличили точность рекомендаций на 35%.

Вызовы в электронной коммерции

1. Логистика и цепочки поставок

Одной из главных проблем ЭК остается организация логистики, особенно в условиях трансграничной торговли. Вызовы включают:

- Задержки в поставках из-за перегруженности портов и таможен.
- Рост стоимости доставки из-за увеличения цен на топливо и транспортные услуги.
- Экологический след доставки, который вызывает беспокойство потребителей и требует внедрения зеленой логистики.

2. Кибербезопасность

С увеличением числа онлайн-покупок растет и количество кибератак. Согласно отчету IBM Security, в 2022 году общий ущерб от кибератак на сектора, связанные с электронной коммерцией, превысил \$4 млрд. Угрозы включают утечку данных, мошенничество с платежами и атаки на серверы маркетплейсов.

Компании активно внедряют системы защиты, такие как многофакторная аутентификация и шифрование транзакций, однако хакеры продолжают находить новые способы атак.

3. Регулирование и налогообложение

Международная природа электронной коммерции приводит к сложности регулирования. Проблемы включают:

- Неправедливую конкуренцию между местными и зарубежными поставщиками.
- Различия в налоговых системах, что создает неопределенность для компаний.
- Отсутствие единых стандартов защиты прав потребителей.

Например, Евросоюз ввел директиву о налоге на добавленную стоимость (VAT) для всех товаров, продаваемых через трансграничные платформы, что увеличило административную нагрузку на бизнес.

4. Экологические аспекты

ЭК генерирует значительное количество упаковочных отходов и углеродных выбросов от доставки. Потребители начинают обращать внимание на устойчивые решения, такие как использование экологичной упаковки или компенсация выбросов углерода.

Электронная коммерция в России

Российский рынок электронной коммерции демонстрирует устойчивый рост. В 2022 году объем рынка достиг 5 трлн рублей, что на 33% больше, чем в 2021 году (Источник: АКИТ). Основные игроки — Wildberries, Ozon, Яндекс.Маркет — продолжают расширять свои экосистемы, предлагая услуги доставки, логистики и финансовых технологий.

Особенности российского рынка:

- Преобладание крупных маркетплейсов, контролирующих более 70% рынка.
- Активное развитие региональных платформ, таких как KazanExpress.
- Высокая зависимость от международных поставок, что делает рынок уязвимым к санкциям и логистическим сбоям.

Перспективы и рекомендации

1. Развитие локальной логистики

Важным направлением является создание распределительных центров и улучшение транспортной инфраструктуры, особенно в регионах.

2. Инвестиции в кибербезопасность

Для повышения доверия потребителей компании должны внедрять передовые системы защиты данных.

3. Экологическая устойчивость

Бизнесу необходимо внедрять зеленые технологии, включая переработку упаковки и использование электромобилей для доставки.

4. Государственная поддержка

Создание благоприятной регуляторной среды и разработка национальной стратегии электронной коммерции помогут увеличить долю сектора в экономике.

Заключение

Электронная коммерция является неотъемлемой частью современной глобальной экономики, предоставляя новые возможности для бизнеса и потребителей. Однако для устойчивого роста отрасли необходимо решать проблемы логистики, кибербезопасности и регулирования, а также адаптироваться к меняющимся запросам потребителей. Интеграция новых технологий и международное сотрудничество позволят эффективно преодолеть вызовы и сделать электронную коммерцию еще более доступной и надежной.

Литература

1. Statista. Global E-commerce Market Statistics 2022. Гамбург: Statista, 2022. 96 с.
2. UNCTAD. E-commerce and Development Report 2023. Женева: UNCTAD, 2023. 156 с.
3. АКИТ. Отчет о состоянии электронной торговли в России за 2022 год. Москва: АКИТ, 2023. 112 с.
4. McKinsey. How COVID-19 Changed Consumer Behavior. Нью-Йорк: McKinsey, 2021. 74 с.