

52. РАЗВИТИЕ МИРОВОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Каменков В.А., студент гр.473904

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь

Жилинская Н.Н. – канд. экон. наук, доцент

В работе исследуются теоретические основы мировой электронной торговли, анализируются региональные модели развития цифровых платформ в Северной Америке, Азиатско-Тихоокеанском регионе и Восточной Европе, рассматриваются актуальные проблемы и перспективы развития отрасли в условиях цифровизации. Установлено, что цифровые платформы и маркетплейсы выступают ключевыми структурными элементами современной электронной коммерции. Показано, что развитие мировой электронной торговли определяется технологическими инновациями и интернационализацией, однако сдерживается регуляторной фрагментацией, цифровым неравенством и рыночной монополизацией.

Электронная торговля (ЭТ) является одним из ключевых драйверов роста мировой экономики и трансформации международных торговых отношений. Электронная торговля определяется как форма торговли, осуществляемая с использованием информационных систем, информационно-коммуникационной сети Интернет и электронных процедур. В рамках данного исследования понятия «электронная торговля» и «электронная коммерция» используются как тождественные, что соответствует практике международных организаций.

Ключевым инструментом ЭТ выступают цифровые платформы, прежде всего маркетплейсы. Возникновение цифровых платформ обусловлено четырьмя факторами: снижением транзакционных издержек; повышением эффективности и автоматизацией; трансформацией потребительского поведения; консолидацией рынка. Электронная торговля охватывает разнообразные бизнес-модели: B2B (Business-to-Business), B2C (Business-to-Consumer), C2C (Consumer-to-Consumer), B2G (Business-to-Government) и др. В 2019 году мировой рынок B2B оценивался в 12,2 трлн долл. США, что более чем в 6 раз превышает объём рынка B2C (2,8 трлн долл. США в 2018 году) [1].

Современный рынок электронной торговли характеризуется выраженной географической асимметрией. По оценкам ЮНКТАД, общая стоимость продаж предприятий в формате ЭТ в 43 странах увеличилась с 17 трлн долл. США в 2016 году до 27 трлн долл. США в 2022 году [2]. Около 62,6% мировых онлайн-продаж в 2020 году пришлось на Азиатско-Тихоокеанский регион, при этом Китай занимает до 47% всего мирового рынка. Фирмы, базирующиеся в США и Китае, совокупно обеспечивают 90% рыночной капитализации 70 крупнейших мировых цифровых платформ [3, 8].

Проведённый сравнительный анализ позволил выделить три основные региональные модели развития цифровых платформ в мировой электронной торговле.

Североамериканская модель представляет зрелый, высоконасыщенный рынок с фокусом на высокий средний чек, аналитику лояльности и сложные инструменты работы с большими данными. Ключевым игроком выступает корпорация Amazon.com, на долю которой приходится около 41% всех розничных B2C-продаж онлайн в США. Бизнес-модель Amazon является гибридной: прямые продажи формируют ~49% выручки, услуги сторонним продавцам (маркетплейс/FBA) – ~22%, облачные сервисы AWS – ~12,5%, абонентские услуги Prime – ~6,7%. Сегмент AWS обеспечивает около 60% операционной прибыли компании и занимает лидирующие позиции на мировом рынке облачной инфраструктуры [4]. Правовую основу ЭТ в США составляют федеральный закон об электронных подписях (ESIGN, 2000 г.) и единый закон об электронных транзакциях (UETA, 1999 г.), закрепившие равнозначность электронной и письменной форм договора и ставшие образцом для типовых законов ЮНСИТРАЛ об электронной торговле.

Региональная модель Азиатско-Тихоокеанского региона (АТР) строится на принципах гипермасштаба и вертикально интегрированных экосистем. Ключевым игроком выступает Alibaba Group, включающая около 700 дочерних структур и объединяющая розничную (Taobao, Tmall, AliExpress) и оптовую торговлю, логистику (Cainiao), облачные технологии (Alibaba Cloud) и финансовые сервисы (Alipay). AliExpress, основанная в 2010 году, реализует международную розничную B2C-стратегию более чем в 200 странах; объём валовой торговли платформы достиг 46,2 млрд долл. США в 2023 году [4]. Азиатская модель отличается глубокой интеграцией мобильных платёжных систем (Alipay, WeChat Pay), охватывающих практически весь китайский рынок мобильных платежей, а также лидерством в сфере социальной и мобильной коммерции: 64% покупок в Китае совершаются с мобильных устройств.

Восточноевропейская модель (ЕАЭС/СНГ) сформировалась позднее, однако демонстрирует высокие темпы роста. Ключевыми платформами региона являются российские маркетплейсы Wildberries (основан в 2004 г.) и Ozon (основан в 1998 г.), которые обеспечивают поставки не только в Россию, но и в Беларусь, Казахстан и на ряд других рынков. Обе платформы построены на гибридной бизнес-модели, сочетающей функции маркетплейса с развитой логистической и финансовой экосистемой. Конкурентным преимуществом платформ выступают обширные сети пунктов выдачи заказов: Ozon – более 78 тыс. ПВЗ,

Wildberries – более 71 тыс. Оборот Wildberries в сегменте e-commerce за 2024 год превысил 4,1 трлн рос. руб.; общий оборот Ozon с учётом услуг за 9 месяцев 2025 года составил 2,9 трлн рос. руб. (+51% г/г) [5, 6]. Правовое поле региона характеризуется отсутствием единого наднационального законодательства ЕАЭС в сфере ЭТ, что обязывает платформы адаптироваться к национальным нормам государств-членов.

Развитие мировой ЭТ в условиях цифровизации сопряжено с рядом системных проблем: отсутствием единых стандартов трансграничных сделок; цифровым неравенством (лишь 35% населения наименее развитых стран пользуются интернетом против 67% в среднем по миру) [9]; монополистическими тенденциями платформенной экономики; нарастающей нагрузкой на логистическую инфраструктуру; рисками кибербезопасности; экологическими последствиями цифровизации (на сектор ИКТ приходится от 1,5 до 3,2% глобальных выбросов парниковых газов) [2].

Вместе с тем внедрение искусственного интеллекта, больших данных и автоматизации открывает значительные перспективы: по оценкам McKinsey, к 2030 году около 45% логистических операций будут автоматизированы, а 71% покупателей уже сейчас ожидают персонализированного взаимодействия онлайн [7, 10]. Перспективными направлениями также являются социальная коммерция, развитие финтех-экосистем внутри маркетплейсов, цифровая торговля услугами и применение блокчейн-технологий в трансграничных расчётах.

Таким образом, развитие мировой электронной торговли определяется двумя векторами: беспрецедентным потенциалом роста, обусловленным технологическими инновациями и интернационализацией, и усилением рисков, связанных с рыночной монополизацией, регуляторной фрагментацией и значительным экологическим следом. Эффективная стратегия развития требует баланса между инфраструктурным детерминизмом, технологическим лидерством и проактивным, согласованным регулированием электронной торговли.

Список использованных источников:

1. Кузьмина, Т. И. Состояние и тенденции развития электронной коммерции в практике мировой торговли / Т. И. Кузьмина. – М. : РЭУ им. Г. В. Плеханова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=47975056>.
2. UNCTAD. Доклад о цифровой экономике, 2024 год : Обзор [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://unctad.org/system/files/official-document/der2024_overview_ru.pdf.
3. Смирнов, Е. Н. Глобальные цифровые платформы как фактор трансформации мировых рынков // Вопросы инновационной экономики. – 2020. – Т. 10, № 1. – С. 13–24. – DOI: 10.18334/vinec.10.1.100699.
4. Cross-Border E-Commerce Competitiveness Research Report – Platform Enterprises. World Internet Conference. – November 2024 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.wicinternet.org/2024-11/20/c_1046850.htm.
5. Объединённая компания Wildberries и Russ отчиталась о прибыли за 2024 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/biznes/533847-ob-edinennaa-kompania-wildberries-i-russ-otcitalas-o-pribyli-za-2024-god>.
6. Ozon. Финансовые результаты за 3 квартал и 9 месяцев 2025 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ir.ozon.com>.
7. Smart Logistics: How Robotics, IoT and AI Are Shaping the Future of Warehousing [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.modula.eu/blog/smart-logistics-how-robotics-iot-and-ai-are-shaping-the-future-of-warehousing>.
8. Обзор электронной коммерции Восточной и Юго-Восточной Азии: проблемы, перспективы, уроки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cart-power.ru/blog/obzor-elektronnoj-kommercii-vostochnoj-i-jugo-vostochnoj-azii-problemy-perspektivy-igroki>.
9. Making e-commerce and the digital economy work for all / UNCTAD [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://unctad.org/news/making-e-commerce-and-digital-economy-work-all>.
10. What is digital-twin technology? / McKinsey [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-digital-twin-technology>.