

С. А. КАТЫШЕВА

(г. Гомель, Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины)
Науч. рук. **А. М. Баранов,**
канд. экон. наук, доц.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В МИРОВОЙ ПРАКТИКЕ

Измерение объемов электронной коммерции и оценка ее эффективности является сложной задачей, так как не существует комплексной и исчерпывающей статистики о стоимости национальной и международной электронной торговли, предоставленной статистическими организациями разных стран. Первенство в мире по численности интернет-аудитории уже пять лет занимает Китай. На июнь 2014 года количество интернет-пользователей в Китае составило 632 млн. чел. (все население КНР – 1°285 млн. чел.), сообщается в 34-м «Статистическом отчете о развитии Китайского Интернета», подготовленным ChinaInternetNetworkInformationCenter (CNNIC). В целом сегодня в мире насчитывается 3 миллиарда пользователей интернета (всё население Земли составляет 7,2 млрд. чел.). К концу 2013 года 41 % домашних хозяйств во всем мире были подключены к интернету [1].

В прошедшем десятилетии значение электронной торговли существенно возросло. По оценкам ЮНКТАД, стоимостной объем операций электронной торговли между предприятиями (B2B) в 2013 году составил 15,2 трлн. долл. США, при этом больше чем три четверти этой суммы приходилось, в убывающем порядке, на Соединенные Штаты Америки, Великобританию, Японию и Китай. Так, доля электронной коммерции в совокупном доходе США возросла с 15 % в 2003 году до 30 % в 2013 году, а ее удельный вес в совокупном доходе обрабатывающей промышленности подскочил с 19 % в 2003 году до 51 % в 2013 году. А обрабатывающая промышленность и оптовая торговля за 2013 год составили 89 % от всего мирового совокупного дохода от электронной коммерции. Преобладание сферы B2B наблюдается и в других странах. Так, например, в Канаде в 2013 году почти две трети (64 %) от стоимости онлайн продаж приходилось на сферу B2B. Доход от секторов B2B и B2G в Европейском Союзе составил 87 % всей электронной торговли данного региона.

В то время как В2В является сектором с наибольшим удельным весом в электронной коммерции, В2С представляет собой наиболее быстро развивающуюся область электронной торговли. Например, в США доля В2С в электронной торговле возросла с 2,6 % в 2003 году до 4,5 % в 2013 году. А в России сектор В2С за 2013 показывал в три раза большие темпы роста, нежели сектор В2В. Глобальный объем операций электронной торговли между предприятиями и потребителями (В2С) в 2013 году оценивался в 1,2 трлн. долл. США. Хотя он все еще существенно меньше В2В, этот сегмент растет опережающими темпами.

Китай лидирует как по размеру дохода (301 млрд. долл. США) на рынке В2С, так и как по числу сетевых покупателей (271 млн. чел.). На втором месте находятся Соединенные Штаты (263 млрд. долл. США, 133 млн. чел.). А наибольшие среднегодовые расходы на одного покупателя в сети приходятся на Великобританию (4 874 долл. США на человека в год) и Францию (3 688 долл. на человека в год). На перечисленные страны приходится 82 % глобального дохода на рынке В2С и столько же на рынке В2В (12,5 млрд. долл. США из 15,2 млрд. долл. США в мире).

Быстро растет электронная торговля в сегменте В2С в развивающихся странах, в частности в Азии и Африке. По данным ЮНКТАД, доля региона Азии и Океании в глобальной электронной торговле В2С, как ожидается, резко вырастет в период 2013–2018 гг. с 28 % до 37 %; несколько увеличится доля Ближнего Востока и Африки, с 2,2 % до 2,5 % (рисунок 1).

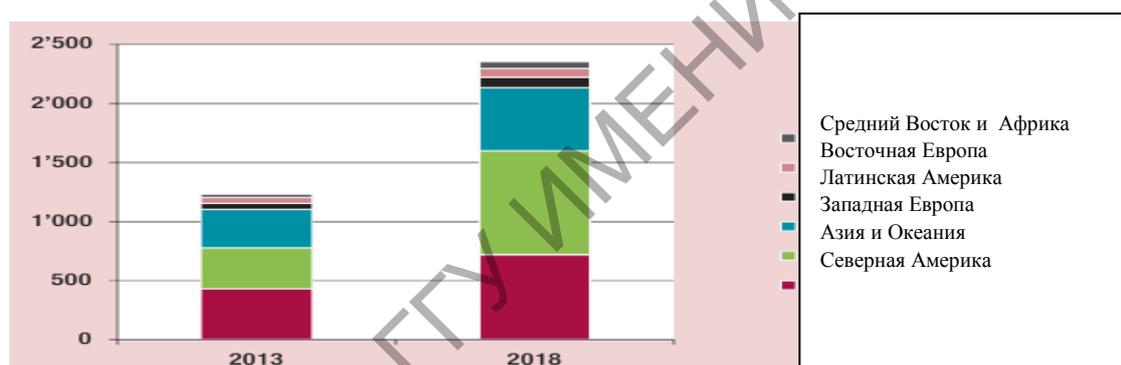


Рисунок 1 – Объем продаж в секторе В2С в мире за 2013 год и прогноз на 2018 год с разбивкой по регионам (млрд. долл. США)

Наоборот, совокупная доля Западной Европы и Северной Америки, как ожидается, снизится с 61 % до 53 %. Главным образом в результате международной электронной торговли, в последние несколько лет стремительными темпами растет число международных почтовых отправок мелких пакетов и посылок. Объем такой торговли вырос в 2011-2014 годах на 48 %. А к 2018 году объем электронной торговли в секторе В2С вырастет до 2,4 трлн. долл. США [2]. Большинство крупнейших компаний электронной торговли – компании Соединенных Штатов и Китая. Среди глобальных игроков крупнейшие по показателю дохода от сетевых продаж, – Amazon.com (Соединенные Штаты), JD.com (Китай), «Делл» (Соединенные Штаты) и Jia.com (Китай). По показателям валовой стоимости оборота крупнейшим сайтом электронной торговли в мире в 2013 году была группа «Алибаба», за которой следовали «Амазон» и eBay [3].

Оценить структуру электронной коммерции в сфере розничной торговли (В2С) можно на примере электронного аукциона eBay, который раскрыл информацию о своих финансовых результатах за четвертый квартал 2013 года. Всего за квартал на eBay было продано товаров на 20,8 млрд. долл. США. Две трети продаж на eBay приходится на 5 ключевых товарных категорий (рисунок 2) [4].



Рисунок 2 – Товарная структура электронной торговли на аукционе eBay

Таким образом, рынок электронной коммерции успешно развивается и имеет достаточный потенциал для дальнейшего расширения. На данный момент в мире наибольшим удельным весом обладает сегмент рынка B2B, обслуживающий отношения между предприятиями, однако активно развивается и сектор B2C, отвечающий за торговлю напрямую между продавцами товара и покупателями, который, возможно, в будущем будет лидирующим. К странам с наиболее развитым рынком электронной коммерции относятся США, Китай, Великобритания, Япония и Германия.

Список используемой литературы

- 1 Пользователи интернета в мире». [Электронный ресурс]. – 2015. – URL: <http://www.bizhit.ru> (дата обращения: 15.05.2015).
- 2 Information economy report 2015: Unlocking the Potential of E-commerce for Developing Countries [Electronic resource]. – 2016. – URL: <https://www.un.org> (data of reference: 12.05.2015).
- 3 Российский рынок электронной торговли в сегментах B2B и B2G. Аналитический отчет. //РосБизнесКонсалтинг. Москва, 2010.
- 4 Билеты и туристические услуги – самая быстрорастущая категория на eBay. Новостной мониторинг // М.: РосБизнесКонсалтинг, 2013. – №4. – С. 16-17.