

УДК 332.44

Е.С. Ляшенко

zhenya_lyashenko2011@mail.ru

Гомельский государственный университет имени Ф.Скорины, Беларусь

АНАЛИЗ КРУПНЕЙШИХ ПЛАТФОРМ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ США

Проведен анализ крупнейших платформ электронной коммерции США, а также приведены сравнительные данные и объемы продаж

РЕПОЗИТОРИЙ ГГУ ИМЕНИ Ф. СКОРИНЫ

Формирующийся ландшафт электронной торговли отличает рост числа предприятий, предлагающих глобальные решения, а также услуги, которые хорошо адаптированы к местным условиям. Среди глобальных игроков ведущую роль на рынке играет ряд специализированных компаний электронной торговли, которые продают товары только по сети. Некоторые из таких компаний, крупнейших по показателю дохода от сетевых продаж, – Amazon.com (Соединенные Штаты), JD.com (Китай), "Делл" (Соединенные Штаты) и Jia.com (Китай). Кроме них несколько глобальных платформ предоставляют физическим лицам и мелким предприятиям возможность предлагать свои товары и услуги по сети: это, например, группа "Алибаба" (Китай), eBay (Соединенные Штаты) и "Ракутен" (Япония). По показателям валовой стоимости оборота крупнейшими сайтами электронной торговли в мире являются группа "Алибаба", а также "Амазон" и eBay.

Платформы электронной торговли с активным присутствием во всех районах мира, такие как "Амазон", eBay, "Алибаба" и OLX, дают решения для многих мелких предприятий. Они могут облегчать условия доступа к международным рынкам, вести торговлю и организовывать операции по доставке и финансовые операции внутри стран и между ними. Однако торговые фирмы развивающихся стран не всегда имеют равный доступ к этим услугам. Например, только в одной развивающейся стране (Индии) торговые фирмы могут регистрироваться в качестве продавцов на "Амазоне". В случае eBay пользователи могут регистрироваться для продажи своих товаров на этой платформе в 24 государствах – членах Организации Объединенных Наций, включая девять развивающихся стран. На других сайтах eBay разрешаются покупки, но не продажи. Такой асимметричный доступ к рынку может усугублять имеющиеся перекосы в электронной торговле, поскольку оказывается проще экспортировать из одной страны в другую [2].

Сравнительный анализ самых популярных торговых площадок США: eBay и Amazon
Amazon и eBay - две гигантские платформы, которыми пользуются интернет-продавцы для увеличения продаж и привлечения большего количества клиентов. eBay занимается исключительно продажами, а Amazon является его сильнейшим и опаснейшим конкурентом.

eBay создавался как интернет-аукцион, направленный на бизнес «С2С» (клиент клиенту). В странах СНГ существует масса примеров подобных аукционов «С2С»: к примеру Meshok.net и Megalot. На них каждый желающий (человек или компания) могут предложить свои товары другим пользователям торговой площадки.

На Amazon.com, в свою очередь, работа ориентирована на «B2C» (продажи от производителя к потребителю), а сама она представляет собой огромную торговую площадку, где производители пытаются обойти своих конкурентов и попасть в BuyBox [1].

Размер рынка eBay против Amazon в 2018 году

В 2018 году на долю Amazon придётся оборот в \$258,22 млрд, что составит 49,1 % всех розничных покупок граждан США в онлайн-магазинах и 5 % всей розничной торговли этой страны.

Ближайший конкурент Amazon в лице eBay отстаёт просто колоссально, занимая лишь 6,6 % рынка, а Apple разместилась на третьем месте с 3,9 %. Walmart — крупнейшая в мире розничная сеть, если говорить о физических магазинах, — до сих пор относительно скромно показывает себя в электронной коммерции и уступает Apple, занимая долю в 3,7 % онлайн-продаж США.

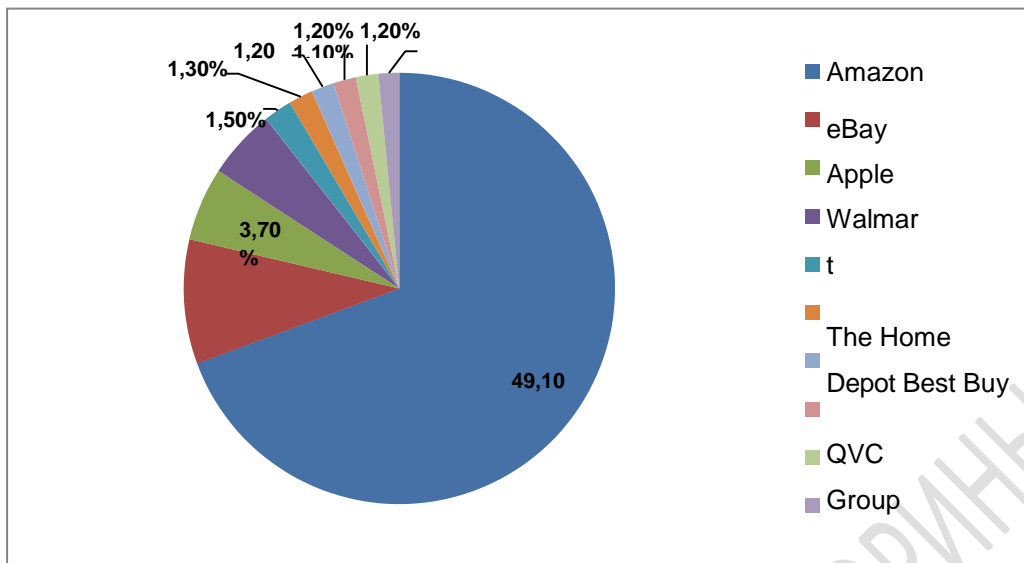


Рисунок 1 - Рейтинг по розничным продажам электронной коммерции США в 2018 году

Доля рынка электронной торговли в Китае и США в 2017 году составила 1,6 трлн. долларов США, что соответствует почти 70% глобальной электронной торговли. Хотя в 2017 году электронная торговля в США выросла на 15%, но в том же 2017 году Азиатско-Тихоокеанский регион имел 30-процентный прирост, став явным лидером в развитии глобальной электронной торговли. Этот рост электронной торговли в Азиатско-Тихоокеанском регионе особенно обусловлен очень высокими продажами мобильной коммерции [1].

Рынок розничной электронной торговли в США является одним из крупнейших в мире, на который приходится 20% мировых продаж. В США 9% розничных продаж в 2016 году были сделаны онлайн, что соответствует 451 млрд. долл. США. Несмотря на эти крупные акции, в 2017 году электронная коммерция выросла еще на 15% и в будущем будет все больше зависеть от мобильной торговли и розничных торговцев с дисконтом продуктов круглый год, чтобы стимулировать продажи.

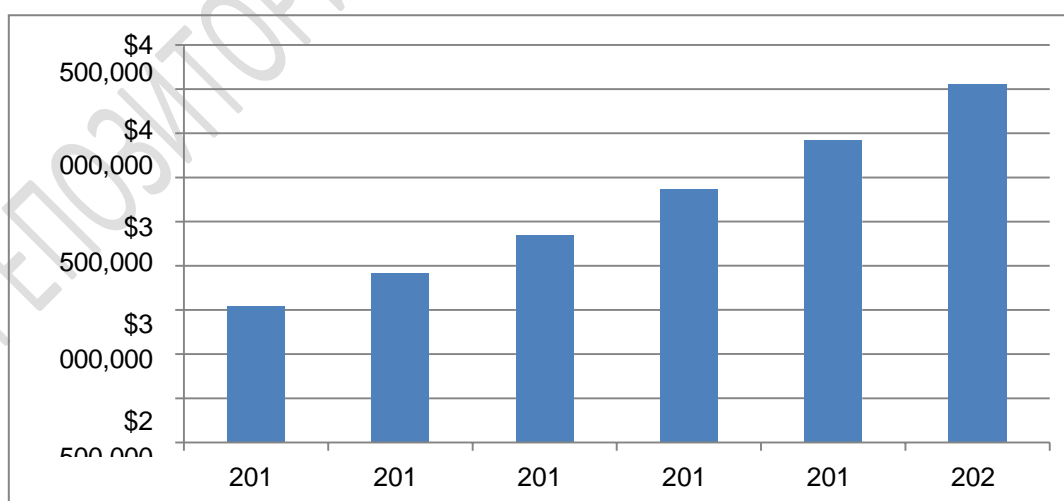


Рисунок 2 - Интернет-ритейл в 2015-2020 гг.

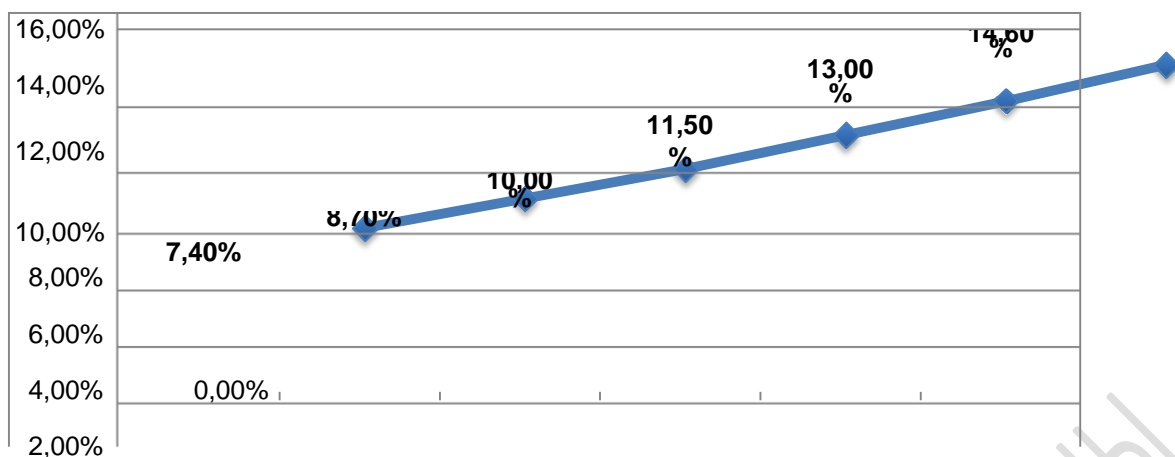


Рисунок 3 - Рост Интернет продаж в мировом объеме торговли

Двухзначный рост продолжится до 2021 года, согласно прогнозу eMarketer. Mobile является ключевым фактором роста электронной торговли в Северной Америке. В 2017 году на долю m-commerce приходилось 34% продаж электронной торговли в США, опережая долю Канады в 29%.

Литература

1. Доля Amazon на рынке онлайн-торговли США // <https://3dnews.ru/972638>.
2. Доклад об информационной экономике 2015 // https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ierew_ru.pdf.