

*Лю Хунсю*

*студентка*

*1 курс магистратуры, Институт социально-гуманитарного*

*образования*

*Московский педагогический государственный университет*

*Россия, г. Москва*

## **СТАТУС И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ**

*Аннотация:*

Развитие электронной коммерции отвечает текущим экономическим тенденциям глобализации, но в этом процессе есть риски и проблемы. В этой статье в качестве объекта исследования рассматривается развитие электронной торговли в Европе, США и Китае, анализируется состояние развития электронной торговли в этих трех регионах и делаются прогнозы относительно ее будущей тенденции развития.

*Ключевые слова:* Международная электронная торговля; Статус и тенденция; Прогноз.

*Liu Hongxiu*

*student*

*Grade 1 Master , Institute of social-humanitarian education*

*Moscow pedagogical state university*



## **Current Situation and Trend of International E-commerce Development**

*Summary: The development of e-commerce caters to the current economic trend of globalization, but there are risks and challenges in this process. This article takes the development of e-commerce in Europe, the United States and China as the research object, analyzes the development status of e-commerce in these three regions, and makes predictions about its future development trend.*

*Keywords: International E-commerce; Current Situation and Trend; Prediction*

В последние годы быстрое развитие трансграничной электронной торговли стало новым способом международной торговли, который имеет большое значение для предприятий по расширению каналов сбыта за рубежом, достижению трансформации и модернизации внешней торговли и содействию развитию международной торговли.

Многие страны во главе с США и Европейским союзом активно изучают тенденции развития электронной торговли и стремятся участвовать в этой торговой революции, а также вносят предложения по содействию экономическому развитию страны и эффективному развитию мировой экономики.

Цель данной статьи- определить статус развития международной электронной торговли как новой формы управления рынком и



проанализировать тенденции развития электронной торговли во многих странах мира в будущем. При написании работы, основанной на характеристиках решаемой задачи, используются различные методы экономических исследований: абстрактная логика (определение цели исследования), сравнительный анализ (анализ состояния и основных тенденций развития электронной торговли в России и других странах). Индуктивные и дедуктивные методы (используются для определения характеристик, сильных и слабых сторон электронной торговли).

## **1. Состояние и тенденции развития электронной торговли в США**

Согласно индексу глобальной розничной электронной торговли за 2015 год, опубликованному Conil Management Consulting, Соединенные Штаты постепенно избавляются от тени экономического спада, доверие потребителей восстановилось, и США превзошли Китай в мировом рейтинге розничной электронной торговли в 2015 году. Он занял первое место в мире с 238 миллиардами долларов.<sup>1</sup> Помимо влияния общих экономических факторов, движущими факторами являются более привлекательные цены для потребителей, более широкий выбор методов логистики, более быстрые каналы распространения, более ориентированные на рынок маркетинговые инструменты и ускоренный рост трансграничной электронной торговли. Бурное развитие рынка электронной коммерции США. Американская

---

<sup>1</sup> Ю. А. Бажанова // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе. -2015. - № 3 (15). - С. 13-17.



электронная торговля началась рано, и благодаря силе традиционного розничного рынка и преимуществ цепочки поставок и каналов, американская электронная коммерция может быстро развиваться на «гигантских плечах», благодаря «бегству из среды международного рынка электронной коммерции» Изменения в развитии электронной торговли в США также представили новые тенденции и характеристики.<sup>1</sup>

Во-первых, темпы развития электронной торговли в США замедлились, а размер рынка неуклонно расширялся. Из-за влияния экономической ситуации в США темпы роста рынка электронной коммерции замедлились, но ежегодный объем транзакций на розничном рынке электронной торговли продолжал неуклонно расти, и доля общего объема розничных продаж в США продолжала расти. Это показывает, что рынок электронной коммерции США не близок к насыщению, и есть много возможностей для улучшения.

Во-вторых, трансграничная электронная торговля создала возможность для онлайн-ритейлеров осваивать новые рынки. С трансграничной платформой электронной торговли потребители могут безопасно и быстро приобретать всемирно известные бренды, а ритейлеры могут продавать свою продукцию по всему миру. Например, Borderfree, трансграничная платформа

---

<sup>1</sup> Гаврилов, Л.П. Электронная коммерция : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л. П. Гаврилов. — 2-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 433 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08835-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/elektronnaya-kommerciya-433462> (17.01.2019).



электронной торговли в США, предоставляет своим розничным продавцам платформу трансграничную логистику, обмен валюты, управление клиентами, возврат и другие услуги. В то же время, диверсифицированные методы трансграничных платежей, повышение безопасности платежей и ускоренная трансграничная логистика побудили все больше онлайн-магазинов расширять свои рынки из своих стран в мире.

В-третьих, рынок мобильной электронной торговли в США быстро растет. Согласно статистике eMarketer, объем транзакций мобильной электронной торговли в США в 2018 году достиг 38,84 млрд долларов США, увеличившись на 56,6% по сравнению с 2017 годом, и ожидается, что к 2020 году он достигнет 108,7 млрд долларов США.<sup>1</sup> Популярность мобильных устройств, таких как смартфоны и планшеты, предоставила огромный рыночный потенциал для рынка мобильной электронной коммерции, а также удобство мобильных покупок и недорогих продуктов привлекло все больше потребителей и постепенно меняло их торговые привычки.

В-четвертых, электронная торговля стала более социальной. На этом этапе как интернет-магазины, так и физические розничные продавцы ценят взаимодействие и эмоциональные связи с потребителями, а также используют социальные сети и сайты социальных магазинов для

---

<sup>1</sup> Amazon will account for more than half of 2015 e-commerce growth, says Macquarie// Market Watch



взаимодействия с потребителями и завершения продаж продуктов.<sup>1</sup> И многие ритейлеры начали использовать сайты социальной электронной торговли для маркетинговых мероприятий.

## **2. Состояние и тенденции развития электронной коммерции в Европе**

65% из 871 миллиона жителей Европы являются пользователями Интернета, из которых пользователи интернет-магазинов составляют почти треть от общего числа жителей. По словам Мартина Хоса, директора по связям с общественностью Ассоциации электронной торговли Европейского союза, европейский рынок электронной коммерции в 2015 году достиг 57,5 млрд евро, увеличившись за год на 19%. Западная Европа и Северная Европа - лучшие регионы для развития электронной торговли в Европе, за которыми следует Центральная Европа. По сравнению с местной электронной коммерцией развитие трансграничной электронной торговли в Европе более развито, и его объем составляет 35% мирового трансграничного рынка электронной коммерции, что делает его крупнейшим в мире трансграничным рынком электронной коммерции. Более половины из 300 крупнейших интернет-магазинов в Европе были вовлечены в трансграничную индустрию электронной торговли, и число трансграничных покупателей электронной

---

<sup>1</sup> Исследование предпочтений онлайн-покупателей в 2017 г. / KPMG. - М., 2017. - 4 с. - Режим доступа: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/ru/pdf/2017/03/ru-ru-the-truth-about-russian-online-consumers.pdf>.



торговли также увеличивается.<sup>1</sup> Из-за совместимости европейских языков интернет-магазины продают товары на платформах электронной коммерции в других европейских странах, и покупатели могут легко покупать товары из соседних стран.

Из-за большого количества европейских стран, в разных странах существуют разные правовые системы, например, в сфере электронных платежей, существуют десятки различных схем платежей, поэтому разнообразие правовых и регуляторных систем увеличивает эксплуатационные расходы интернет-магазинов, сокращая Доверие потребителей к трансграничной электронной торговле препятствует дальнейшему развитию трансграничной электронной торговли в Европе. В настоящее время в трансграничной электронной торговле в Европе необходимо решить три неотложные проблемы: во-первых, унифицировать законодательство об электронной коммерции, установить высокопрозрачный унифицированный стандарт платежей, во-вторых, обеспечить единое логистическое решение для проблемы непрозрачности цен на логистику в разных странах. В-третьих, установить единую стандартную систему НДС.<sup>2</sup>

### **3. Состояние и тенденции развития электронной коммерции в Китае**

---

<sup>1</sup> Ван Х. Состояние и перспективы развития международной электронной торговли в сегментах B2C и B2B в ближайшие годы // Студенческий, 2018. № 13-2 (33). С. 75-76.

<sup>2</sup> Прутовая О.А. Проблемы и перспективы развития электронной коммерции в России // Наука и образование сегодня. М., 2018. № 10 (33). С. 22-24.



Стремительное развитие индустрии электронной коммерции перекликается со стратегией «Интернет +», которая привела к развитию ряда отраслей, связанных с электронной торговлей, и традиционных отраслей. Развитие электронной торговли в Китае на данном этапе в основном представлено в нескольких аспектах:

(1) Конкуренция в сфере электронной торговли постепенно входит в эру всестороннего пользовательского опыта

По мере того, как развитие электронной торговли постепенно переходило в нормальное состояние, конкуренция среди компаний, занимающихся электронной торговлей, постепенно превратилась из простой конкуренции с низкой ценой в полную конкуренцию, основанную на опыте пользователей. Потребители электронной торговли более активно участвуют в транзакциях и производственных процессах электронной торговли, порождая новые формы и форматы, трансформируя традиционные цепочки поставок в компании спроса и трансформируя модели B2C в модели C2B.

(2) Развитие трансграничной электронной коммерции вступает в эру брендинга

В настоящее время развитие трансграничной электронной торговли в Китае достигло очень важного переломного момента: все больше трансграничных компаний, занимающихся электронной торговлей, осознают важность брендов для развития бизнеса. В начале этого года AliExpress



выдвинул новые требования к квалификации продавцов в трех аспектах: «годовой сбор», «квалификация предприятия» и «квалификация бренда».<sup>1</sup> Он планирует перейти с трансграничного C2C на трансграничный B2C для поддержки китайских брендов. Бизнес становится международным, и другие трансграничные платформы электронной коммерции также внедрили политику, стимулирующую трансграничное создание.

### (3) Онлайн и оффлайн развитие розничной сети

Большинство традиционных офлайн-ритейлеров признают необходимость развития электронной торговли, чистый розничный онлайн-бизнес начал проникать в офлайн, онлайн- и офлайн-интеграция омни-канальной розничной торговли станет образом жизни ритейлера.

С развитием экономической глобализации потребители во многих странах активно участвуют в маркетинговой деятельности китайской электронной коммерции. Данные показывают, что в последние годы AliExpress проведет в России удвоенную торговую активность в 11.11, и число россиян, участвующих в ней, стремительно растет. AliExpress также стал самой популярной платформой электронной коммерции в стране, почти в каждой России, один человек использует AliExpress.

---

<sup>1</sup> Чжан Цзэхуэй. О влиянии трансграничной электронной торговли на традиционный режим внешней торговли [J]. Электронная коммерция, 2019 (09): 16-17.



#### 4. Заключение

С одной стороны, электронная коммерция играет положительную роль в содействии развитию международной торговли. Применение технологии EDI упрощает торговый процесс, повышает эффективность торговли и изменяет методы управления и методы государственного надзора за внешнеторговыми предприятиями, электронная коммерция расширяет сферу деятельности субъектов торговли и способствует развитию торговли услугами и торговли технологиями. С другой стороны, электронная коммерция ухудшила условия торговли в развивающихся странах, а также привела к значительной потере налоговых поступлений, что негативно сказалось на развитии международной торговли. С глобальной точки зрения, хотя развитие международной торговли электронной коммерцией все еще неравномерно, тенденция развития является хорошей. Безбумажная торговля - это тенденция развития будущей международной торговли, это повысит эффективность международного экономического развития и удобство повседневной жизни людей.

#### **【ссылки】**

1. Ю. А. Бажанова // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе. -2015. - № 3 (15). - С. 13-17.
2. Гаврилов, Л.П. Электронная коммерция : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Л. П. Гаврилов. — 2-е изд., доп. —



Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 433 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08835-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/elektronnaya-kommerciya-433462> (17.01.2019).

3. Amazon will account for more than half of 2015 e-commerce growth, says Macquarie// Market Watch
4. Исследование предпочтений онлайн-покупателей в 2017 г. / KPMG. - М., 2017.4с. Режим доступа: <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/ru/pdf/2017/03/ru-ru-the-truth-about-russian-online-consumers.pdf>.
5. Ван Х. Состояние и перспективы развития международной электронной торговли в сегментах B2C и B2B в ближайшие годы // Студенческий, 2018. № 13-2 (33). С. 75-76.
6. Прутовая О.А. Проблемы и перспективы развития электронной коммерции в России // Наука и образование сегодня. М., 2018. № 10 (33). С. 22-24.
7. Чжан Цзэхуэй. О влиянии трансграничной электронной торговли на традиционный режим внешней торговли [J]. Электронная коммерция, 2019 (09): 16-17.