

**Фернандес Кордеро Росалиа**

**Маристер Международная торговля**

**Научный руководитель: Белова Ирина Николаевна, к.э.н.**

**Российский университет дружбы народов**

**Fernandez Cordero Rosalia**

**Master in international trade**

**Scientific supervisor: Belova Irina Nikolaevna, k.e.n.**

**Peoples' Friendship University of Russia.**

**“ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ:  
РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ”**

**“E-COMMERCE IN A PANDEMIC: THE ROLE AND  
SIGNIFICANCE”**

*Аннотация: в этой статье обсуждается, как кризис COVID-19 ускоряет расширение электронной коммерции в сторону новых фирм, клиентов и видов продуктов, вероятно, включая долгосрочный сдвиг операций электронной коммерции от предметов роскоши и услуг к предметам повседневного спроса.*

*Несмотря на сохраняющиеся межстрановые различия, кризис COVID-19 усилил динамизм в сфере электронной торговли между странами и расширил сферу электронной торговли, в том числе за счет новых фирм, потребительских сегментов (например, пожилых людей) и продуктов (например, бакалейных товаров). Между тем, операции электронной коммерции во многих странах частично перешли от предметов роскоши и услуг к предметам повседневного спроса, имеющим отношение к большому числу людей.*

*Annotation: this article discusses how the COVID-19 crisis is accelerating the expansion of e-commerce towards new firms, customers and types of products,*

*likely including the long-term shift of e-commerce operations from luxury goods and services to everyday items.*

*Despite continuing cross-country differences, the COVID-19 crisis has increased the dynamism in e-commerce between countries and expanded the scope of e-commerce, including through new firms, consumer segments (for example, the elderly) and products (for example, groceries). Meanwhile, e-commerce operations in many countries have partially shifted from luxury goods and services to everyday items related to a large number of people.*

**Ключевые слова:** пандемия, электронная торговля, коммерция, эпидемия, COVID-19, бизнес, онлайн-продажи.

**Keywords:** Pandemic, e-commerce, commerce, epidemic, COVID-19, business, online sales.

Увеличение числа потребителей, обращающихся к цифровым услугам, побудило как поставщиков этих услуг, так и операторов связи увеличить пропускную способность своих сетей.

Учитывая то, как переплетается коммерческая деятельность и функционируют цепочки поставок, относительный переход к онлайн-продажам B2B и B2C посредством розничных и оптовых дистрибуторских услуг зависит от производственной деятельности и доступности услуг. Однако они также были нарушены мерами, принятыми правительствами для сдерживания распространения вируса.

Во-первых, производство во многих странах остановилось в результате блокировки, что привело к снижению дефицита производства и рабочей силы во многих странах. Во-вторых, онлайн-покупки товаров были подвержены тем же узким местам в цепочке поставок, что и физические покупки. Международные транспортные и логистические услуги

пострадали от введения новых санитарных правил, поскольку они серьезно нарушили работу большинства международных транспортных средств – сухопутных, морских и воздушных грузов.

Чтобы эффективно реализовать меры социального дистанцирования, направленные на сдерживание дальнейшего распространения COVID-19, несколько правительств по всему миру поощряют онлайн-покупки в качестве альтернативы физическим покупкам, а потребители адаптировали свои модели покупок и поведения, чтобы свести к минимуму риск заражения<sup>1</sup>. В некоторых развитых странах платформы распределительных услуг смогли решить проблемы без вмешательства государства. В развивающихся странах некоторые правительства проявляют большую активность, чем другие, и в частности в странах где личные сделки до сих пор оставались нормой<sup>2</sup>.

Например, в некоторых африканских странах для облегчения онлайн-покупок основных продуктов питания местные органы власти собрали и распространили через социальные сети и другие средства телефонные контакты координаторов различных продовольственных товаров на различных рынках, чтобы потребители могли звонить и заказывать продукты. Затем потребители расплачиваются мобильными деньгами (то есть с помощью своих мобильных телефонов), и их покупки доставляются велосипедными и мотоциклетными такси, известными как Тук-Туки, например, Uber, SafeBoda или другие подобные варианты. Такое расширение сферы услуг по доставке товаров оказало положительное влияние на увеличение занятости, даже если оно может быть временным.

Кроме того, несколько телекоммуникационных провайдеров предоставляют услуги передачи данных с минимальными затратами или вообще без них. Центральные банки временно разрешили компаниям и банкам снижать или отменять операционные издержки и сборы по

<sup>1</sup> Голоктионова А.Р. Изменения и тенденции розничной торговли под влиянием электронной коммерции в России // Экономика и предпринимательство. - 2020. - № 5 (118). С. 1159-1163.

<sup>2</sup> Горгодзе Т.Е. Влияние коронавирусной инфекции на развитие электронной торговли // Вестник Самарского государственного экономического университета. - 2020. - № 9 (191). С. 34-39.

цифровым платежам и мобильным денежным переводам, чтобы стимулировать использование мобильных денег в качестве предпочтения наличным деньгам.

Эмираты и Российская Федерация поощряют использование мобильных платежей, но пока официально не обнародовали конкретные правила. Вот некоторые из инновационных мер/действий, которые были использованы для поощрения регионов, в которых до сих пор население не полностью доверяло онлайн-покупкам, с целью обеспечения постоянного потока продовольствия и основных бытовых товаров. Несмотря на сохраняющиеся проблемы, в свете пандемии онлайн-покупки и электронная коммерция стали де-факто резервными решениями<sup>3</sup>. Идущий в дальнейшем возникают вопросы о том, побудит ли опыт пандемии COVID-19 большее число потребителей изменить свое торговое поведение и модели поведения и все чаще прибегать к онлайн- покупкам, а также о том, будут ли правительства в этих регионах уделять приоритетное внимание и больше инвестировать в электронную торговлю и инфраструктуру, и политику, способствующую развитию Интернета.

Пандемия COVID-19 проверила оптовые и логистические услуги и другие особенности цепочек поставок, как никакое другое событие в новейшей истории. Из-за блокировок, введенных для сдерживания дальнейшего распространения вируса, электронная торговля товарами столкнулась с перебоями в цепочке поставок. Многие фирмы продолжают испытывать проблемы со снабжением в результате приостановки производственной деятельности, сокращения производства и нехватки рабочей силы. Те, у кого есть складские помещения в пострадавших районах, столкнулись с трудными решениями о том, как или стоит ли продолжать производство своей продукции. То таким образом, пандемия

---

<sup>3</sup> Захаров Александр Николаевич, Старовая Юлия Александровна Обзор развития электронной торговли в мировой экономике: вызовы и последствия пандемии // Российский внешнеэкономический вестник. 2020. №12. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obzor-razvitiya-elektronnoy-torgovli-v-mirovoy-ekonomike-vyzovy-i-posledstviya-pandemii> (дата обращения: 14.04.2021).

выдвинула на первый план уязвимость цепочек поставок и проверила способность предприятий быстро адаптироваться.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Последствия пандемии COVID-19 могут затянуться надолго, и электронная торговля товарами и услугами должна будет продолжать адаптироваться к новым условиям. Аналогичный всплеск использования услуг телеработы и электронной коммерции B2B и B2C также был зафиксирован во время атипичной пневмонии (Тяжелый острый респираторный синдром) эпидемия в 2002-03 годах, когда фирмы электронной коммерции, такие как Alibaba и Taobao, поднялись из относительной безвестности. Точно так же COVID-19 может спровоцировать дальнейшую цифровизацию общества и разработку политики и правил регулирования онлайн-торговли.

Хотя нынешняя ситуация быстро развивается и предложения могут устареть в том же темпе, что и развитие пандемии, вопрос заключается в том, какие уроки можно извлечь в контексте электронной торговли.

Пандемия COVID-19 ясно показала, что электронная коммерция может быть важным инструментом/решением для потребителей во время кризиса, а также экономическим драйвером, в том числе для малого бизнеса. Однако пандемия выяснила не только важность цифровых технологий в целом, но и ряд уязвимых мест во всем мире.

## **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

- 1) Агеева, С.Д.Финансовые рынки: цифровая трансформация : монография / Агеева С.Д., Алифанова Е.Н., Анненская Н.Е., Бочкова С.С., Булгаков А.Л., Евлахова Ю.С., Жариков М.В., Кацюба И.А., Клочкова Е.Н., Колесник И.А. — Москва : Русайнс, 2021. — 182 с. — ISBN 978-5-4365-

- 6754-9. — URL: <https://book.ru/book/940239> (дата обращения: 13.04.2021).  
— Текст : электронный.
- 2) Баринов Э.А. Коронавирус: влияние на экономику и финансовые рынки// Путеводитель предпринимателя. - 2020.- Т. 13. № 2. С. 111-118.
- 3) Голоктионова А.Р. Изменения и тенденции розничной торговли под влиянием электронной коммерции в России // Экономика и предпринимательство. - 2020. - № 5 (118). С. 1159-1163.
- 4) Горгодзе Т.Е. Влияние коронавирусной инфекции на развитие электронной торговли // Вестник Самарского государственного экономического университета. - 2020. - № 9 (191). С. 34-39.
- 5) Долгов С.И., Савинов Ю.А. Влияние вспышки нового коронавируса на международную торговлю// Российский внешнеэкономический вестник. - 2020. -№ 2. С. 7-18.
- 6) Еремин, В.Н.Маркетинг: основы и маркетинг информации : учебник / Еремин В.Н. — Москва : КноРус, 2021. — 647 с. — ISBN 978-5-406-04116-1. — URL: <https://book.ru/book/936931> (дата обращения: 13.04.2021).  
— Текст : электронный.
- 7) Едронова В.Н. Цифровая экономика: анализ статистики объемов интернет-рынков // Экономический анализ: теория и практика. - 2019. - Т. 18. № 9 (492). С. 1596-1612.
- 8) Карапшук О.С.Построение распределительной системы инфраструктуры электронной торговли России // Азимут научных исследований: экономика и управление. - 2020. - Т. 9. № 1 (30). С. 148-152.
- 9) Карпичев В.Ю. Цифровая экономика: определите значения слов и не только // Экономический анализ: теория и практика. - 2019. - Т. 18. № 11 (494). С. 1992-2005
- 10) Захаров Александр Николаевич, Старовая Юлия Александровна Обзор развития электронной торговли в мировой экономике: вызовы и последствия пандемии // Российский внешнеэкономический вестник. 2020. №12. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obzor-razvitiya-elektronnoy->

torgovli-v-mirovoy-ekonomike-vyzovy-i-posledstviya-pandemii (дата  
обращения: 14.04.2021).