

Перспективы сферы электронной коммерции в мире

Виолетта Сергеевна Молчанова

Сочинский государственный университет, Российская Федерация
354000, Краснодарский край, г. Сочи, ул. Советская, 26 а
Аспирант
E-mail: v.molchanova_1991@list.ru

Аннотация. Электронная коммерция позволяет предприятиям заявить о своем присутствии на рынке на национальном уровне, а также расширить свою экономическую деятельность за пределами национальных границ. Благодаря удобству и увеличением проникновения Интернета, потребители легко обращаются в интернет-магазины, которые успешно конкурируют со своими оффлайн-конкурентами в развитых странах. Электронная коммерция в настоящее время рассматривается в качестве отдельной, прибыльной области бизнеса, имеющей большой потенциал для роста и развития.

В данной работе рассматриваются тенденции развития мирового рынка электронной коммерции. Приводится анализ специфики ее развития и состояния в Российской Федерации.

Ключевые слова: интернет-пользователи; сфера электронной коммерции; объем интернет-покупок.

Введение. Использование сети Интернет в коммерческих целях значительно способствовало трансформации торговли. Электронная коммерция означает покупку и/или продажу товаров и услуг через Интернет, и обычно ассоциируется с онлайн-магазинами. Сфера электронной коммерции включает в себя не только простой процесс осуществления покупки/продажи, но и все, что связано с обеспечением бесперебойного функционирования интернет-сайтов магазинов - регулярное техническое обслуживание, бизнес-планирование, а также затрагивает сферу логистики и банковских операций.

Изучение тенденций и перспектив развития электронной торговли на примере российского и зарубежного рынков является актуальным на сегодняшний день. Росту уровня продаж способствует динамичность проникновения Интернета. В странах Азии Интернетом пользуются в среднем не более 30 % населения, тогда как в Европе и США проникновение интернета составляет свыше 80 %.

Материалы и методы. Методологической основой данной работы является диалектический метод. Также применялись общенаучные методы, такие как системный и сравнительный анализ, наблюдение, сравнение.

Обсуждение. На примере роста доходов от продаж в Соединенных Штатах, можно увидеть с какой взрывной скоростью развивается данная отрасль. По статистике за период с 2009 по 2012 гг., количество онлайн-покупателей в США возросло со 132 млн. до более чем 154 млн человек. По прогнозам, более 170 млн человек только в США будут покупать товары через интернет к 2015 году. Китай опережает США по количеству онлайн-покупателей и по ежегодным темпам роста рынка с более чем 193 млн людей, заказывающих товары онлайн в 2011 году.

Соединенные Штаты имеют самый высокий уровень проникновения сети интернет среди регионов мира, так что это не удивительно, что многие исследования, касающиеся событий и тенденций в электронной коммерции, делают акцент именно на этой стране.

На рисунке 1 показана диверсификация пользователей по регионам мира. На 30 июня 2012 г. численность интернет-пользователей составляет 2405518,376. Из них 44,8 % приходится на азиатский регион, на Европу – 21,5 %.

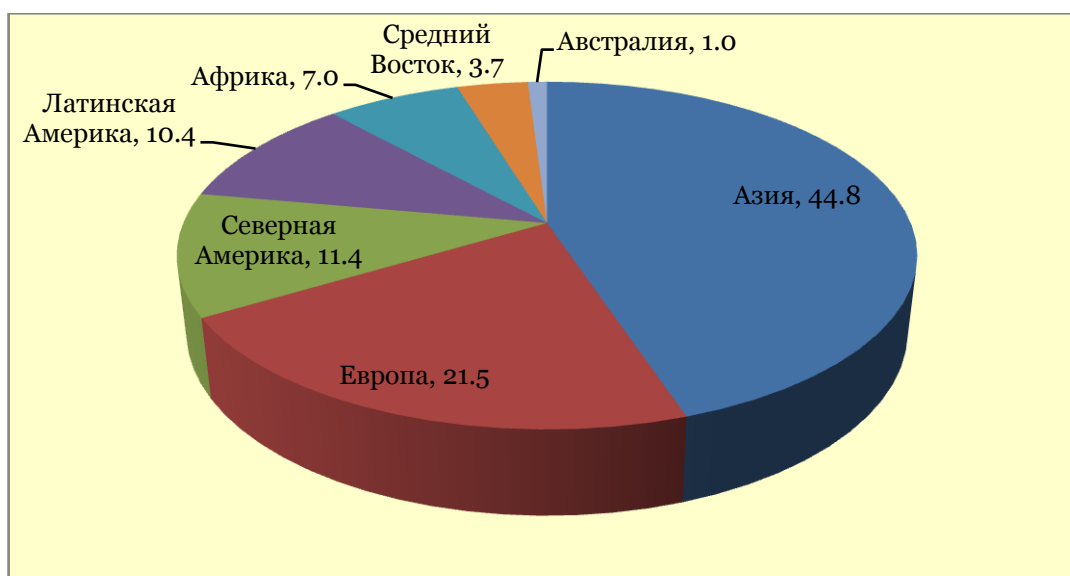


Рис. 1. Распределение интернет-пользователей в мире, %
Источник: Internet World Stats

На рисунке 2 представлен объем интернет-покупок, совершаемых одним пользователем за год. Лидером в этой сфере выступает Соединенное Королевство – 1145 евро. На втором месте находится Австралия – 1011 евро. Затем следует США – 715 евро. Электронная сфера продаж в США имеет одну интересную тенденцию – развитие мобильной коммерции, учитывая популярность и широкое использование смартфонов. Мобильная выручка онлайн-торговли в 2011 году составила 6 млрд. долл. К 2016 году выручка мобильной коммерции как ожидается, достигнет 31 млрд. долл. Учитывая количество американских онлайн-покупателей очевидно, что они в значительной степени удовлетворены своим опытом электронных покупок. К самым популярным сайтам США относятся: Amazon (более 94 млн. посетителей); Apple.com (38 млн.) и Wal-Mart на третьем месте 34 млн.).

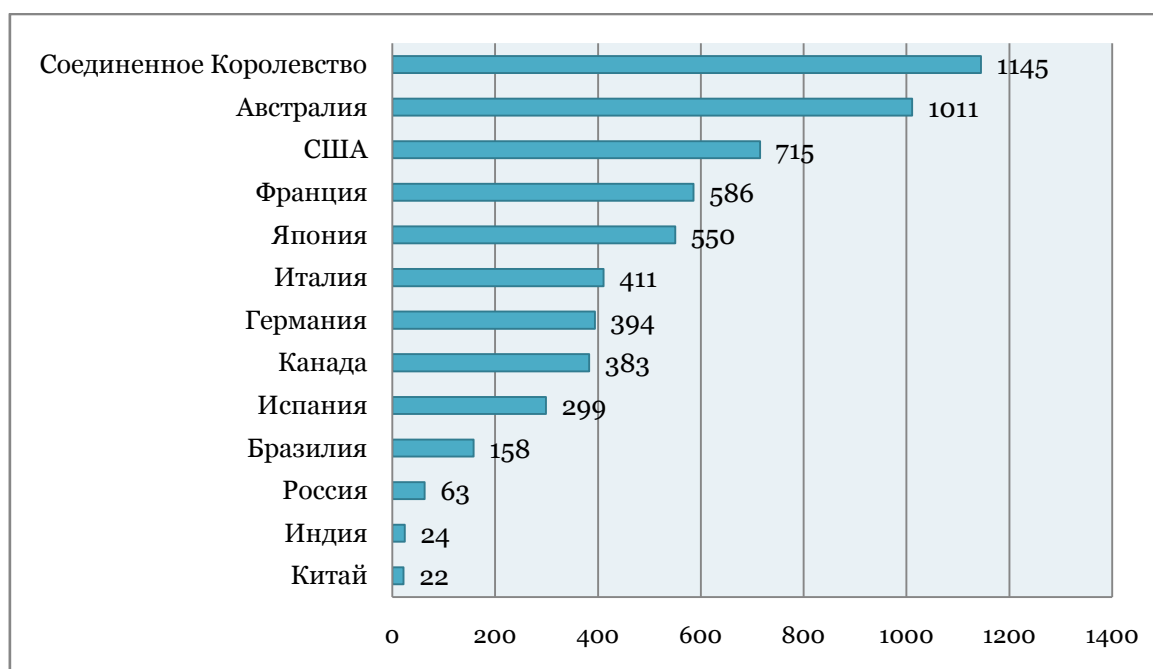


Рис. 2. Объем расходов на электронные покупки, приходящихся на одного пользователя Интернета по странам в 2012 г., евро
Источник: United Nations Population Databases

В России расходы не столь велики и составляют 63 евро в год, что свидетельствует о недостаточном развитии логистики и сервиса, а также определенной степени недоверия к электронным магазинам. В 2012 г. осуществили покупки с помощью мобильных телефонов или планшетов 23,1 млн. россиян. В 2013 году эта цифра вырастет до 26,2 млн. человек.

Российскому рынку электронной коммерции свойственны свои уникальные черты. Например, удобство доставки заказа на дом является одной из самых распространенных причин покупки в США, но только 19 % покупателей в России нашли это преимуществом. Вместе с этим, 27 % покупателей отмечают, что причиной заказа в интернете становится недостаточно большой выбор в обычных магазинах.

Российский рынок онлайн торговли по итогам 2012 г. оценивается 12 млрд. долл. Доля России в мировом «пироге» торговли через сеть составила всего 1,4 %. Оборот в Российской Федерации меньше в 4,5 раза, чем оборот самого крупного онлайн-ритейлера компании Amazon. Отечественный рынок сравнивается по обороту с бразильским, при том, что темпы роста рынка в России выше. Если сравнивать с Европой, то доля России составляет около 7 %, при этом темпы роста в Западной Европе в среднем составляют 11 %, а наибольший рост показывают Италия и Испания, где рынок интернет-торговли растет примерно на 18 % в год. В результате, доля онлайн продаж в совокупном обороте розницы в России заметно ниже, чем в других странах, и составляет менее 2 %. Доля России в мировом объеме интернет торговли все еще отстает от ее доли в объеме розничных рынков.

Несмотря на это, Россию считают претендентом на звание одного из самых быстро развивающихся рынков в мире. Прогнозируется рост проникновения электронной торговли уже к 2020 году до 7 %, а сам объем рынка возрастет до 72 миллиардов долларов.

На рисунке 3 показана динамика объема продаж Amazon - крупнейшей в мире американской компании по обороту товаров и услуг через Интернет.

Успех компании Amazon и ее популярность среди интернет-сообщества объясняется несколькими факторами.

- удобный интерфейс веб-сайта, что постоянно приводит к увеличению потока посетителей;
- представлен широкий выбор продукции и услуг, удовлетворяющих различным запросам;
- обслуживание клиентов производится в соответствии с их ожиданиями;
- компания осознает значимость выделения брэнда Amazon среди конкурентов как в среде традиционной розничной торговле, так и в Интернете.

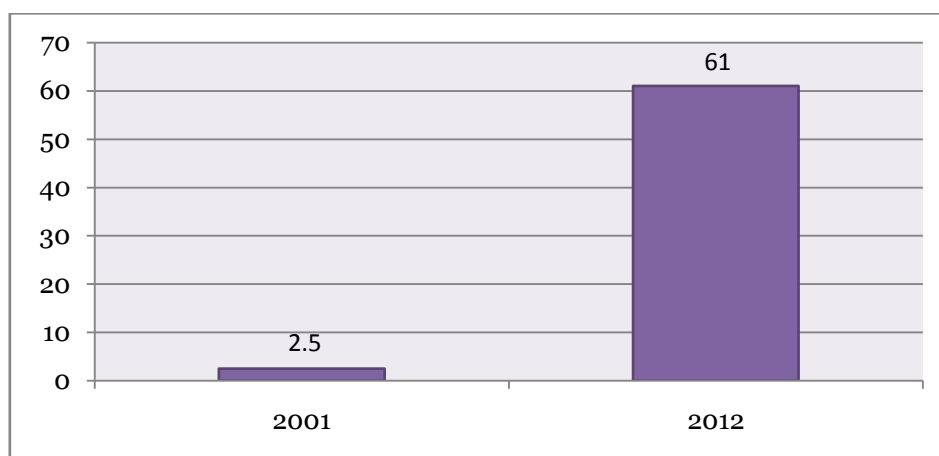


Рис. 3. Динамика объема продаж компании Amazon, 2001-2012, млрд. долл.

Источник: UNCTAD, Internet World Stats

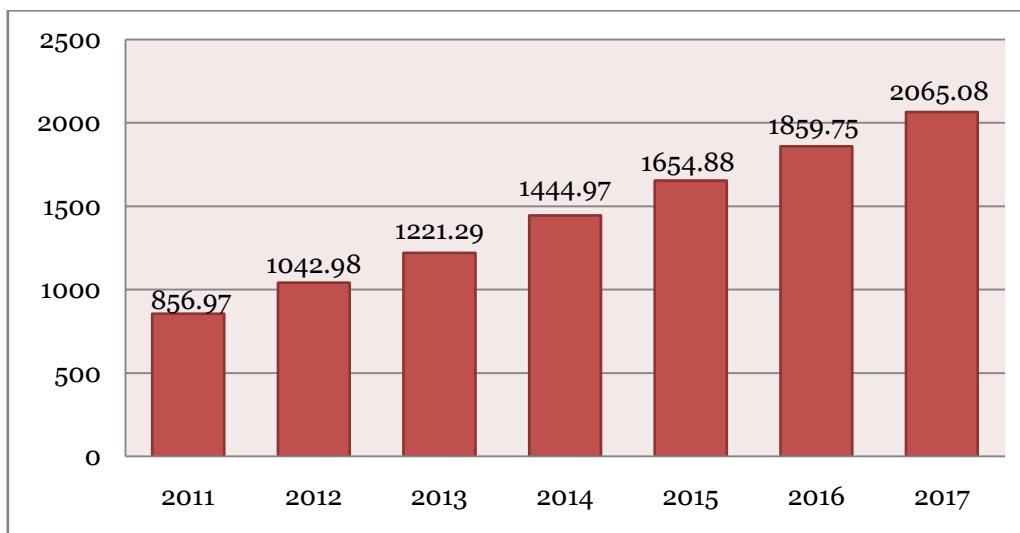


Рис. 4. Совокупный объем мировых продаж сектора В2С(2014-2017 - прогнозные показатели), млрд. долл.

Источник: Emarketer - US B2C Ecommerce Forecast

Рисунок 4 иллюстрирует совокупный объем мировых продаж сектора В2С за период 2011-2017 гг. Как следует, из данных показателей, к 2017 г. объем продаж существенно возрастет и будет находиться на уровне 2065,08 млрд. долл., что на 1208,11 млрд. долл. больше аналогичного показателя в 2011 г.

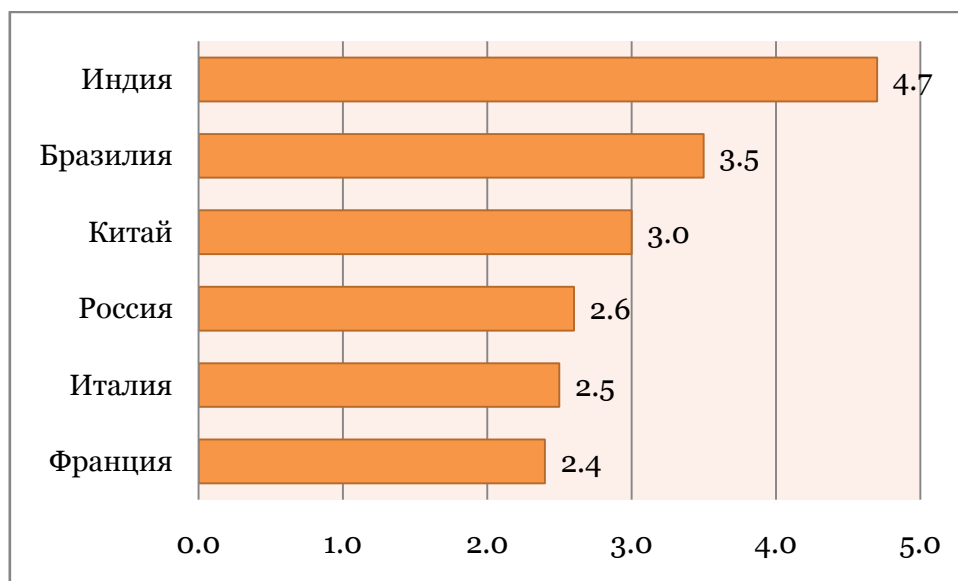


Рис. 5. Динамика роста объема интернет-торговли по странам в 2013 году, %

Источник: World Bank

Индия является безусловным лидером, демонстрирующим большой показатель роста объема интернет-торговли в 2013 году – 4,7 % (рисунок 5). Такой рост стал возможен благодаря быстрому росту подключений граждан страны к сети Интернет. Также, движущим фактором послужило обновление процедуры оплаты и доставки.

С 2009 года рынок электронной коммерции в Индии с каждым годом увеличивается на 25-30 % и по прогнозам Всемирного Банка к 2015 года он достигнет 18 млрд. долл.

Рынок электронной коммерции в Индии по сравнению с Западной Европой находится на первой стадии развития. Электронная коммерция в Индии составляет всего 0,6 % ВВП Индии, по сравнению с 1-3 % в других регионах.

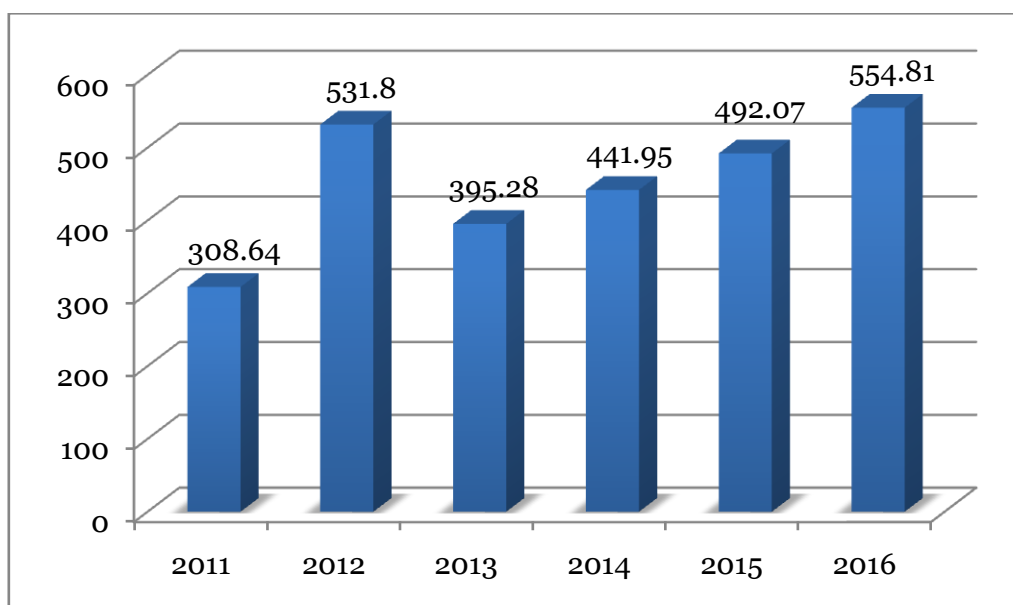


Рис. 6. Объем продаж электронной коммерции B2C в США в период с 2011 до 2016 года, (2013-2016 – прогнозные значения), млрд. долл.

Источник: Statista.com

Диаграмма, изображенная на рисунке 6 отображает данные о продажах электронной коммерции сферы B2C в США с 2011 по 2012 годы и прогноз в отношении 2013 до 2016 года. В 2013 г. B2C электронной коммерции продаж в США составил 395,28 млрд. долл. в 2013 году и, как ожидается, вырастет до 554 81 долл. к 2016 году.

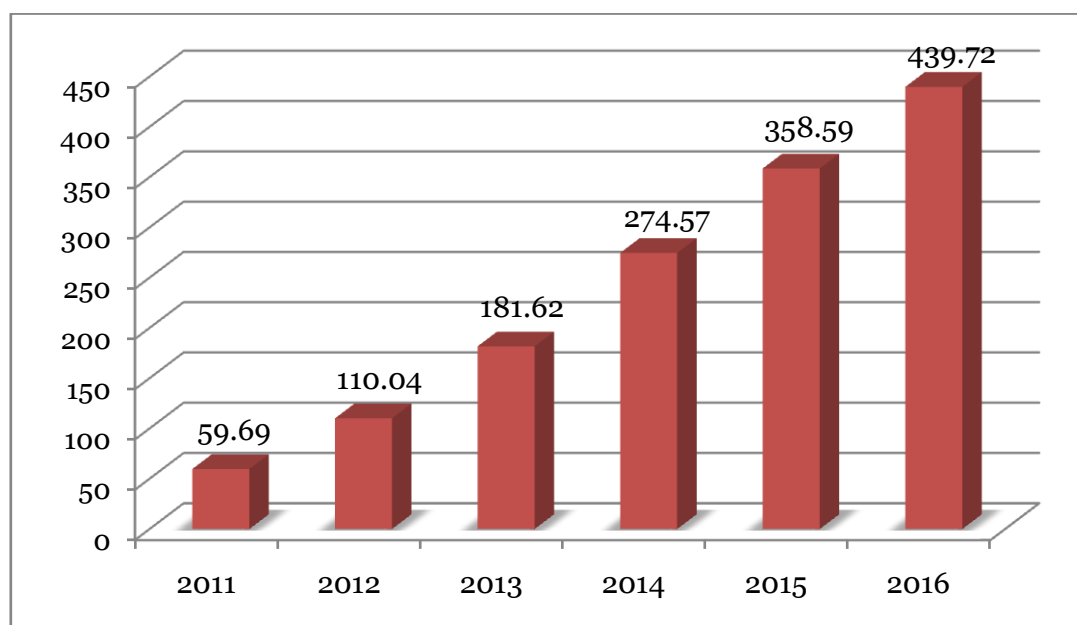


Рис. 7. Объем продаж электронной коммерции B2C в Китае в период с 2011 до 2016 года, (2013-2016 – прогнозные значения), млрд. долл.

Источник: Statista.com

Китай также демонстрирует потенциал роста электронных продаж. В 2013 г. они составили - 181,62 млрд. долл. Электронная коммерция является одной из высокодоходных сфер промышленности Китая. Доход данного сектора составляет около 315 млрд. долл. в 2013 г. Прогнозируется, что к 2015 году прибыль возрастет до 441 млрд. долл. (рисунок 7).

Самый большой пик роста онлайн-продаж в Китае пришелся на 2011 г – на 84 % по сравнению с 2010 г. Самый серьезный рост пришелся на западный и центральный регионы Китая, при этом в других частях страны темпы роста, напротив, снизились. 64 % жителей Китая 2011 г. пользовались интернетом, и треть из них так или заказывали товары в

Интернете. К тенденциям сферы в данном регионе относятся – увеличение числа покупок, осуществляемых с помощью смартфонов, а также увеличение числа продаж предметов быта, туристических поездок и билетов, украшений, продуктов через интернет.

На рисунке 8 диаграмма показывает проникновение онлайн-покупателей во всем мире в период с 2011 по 2017 годы. В 2011 году 38 % интернет-пользователей приобрели продукцию с помощью Интернета. В 2017 году этот показатель, как ожидается, вырастет до 45,1 %.

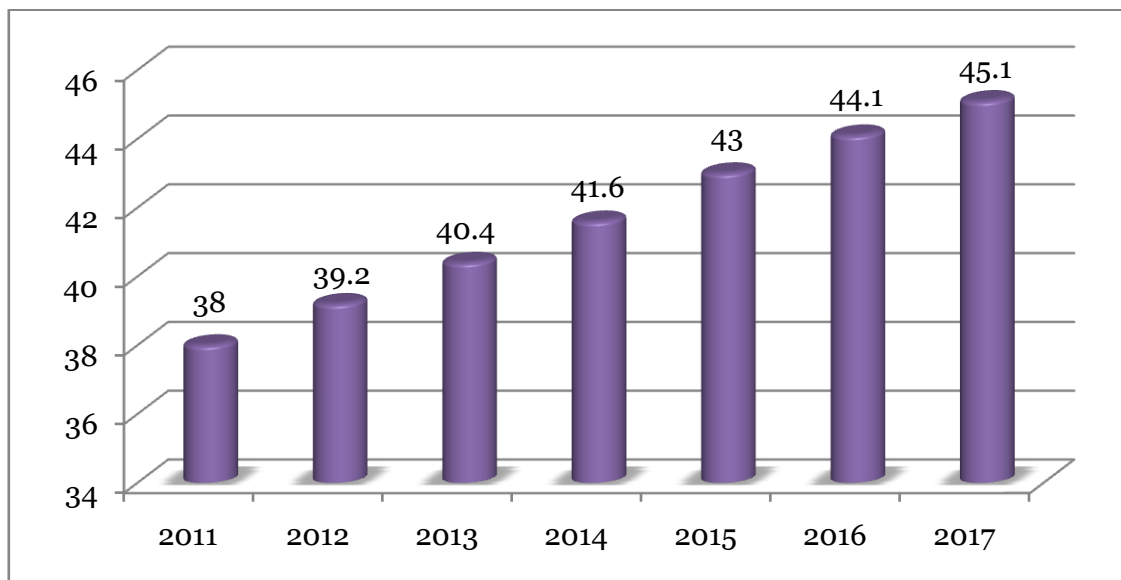


Рис. 8. Интернет-покупатели в мире, 2001-2017 гг.

Источник: Statista.com

Глобальный рынок электронной коммерции сектора B2C вырос в 2013 году на 17 % и достиг общего объема продаж 1,22 трлн. долл. Северная Америка с объемом продаж в 420 млн долл., остается крупнейшим рынком электронной коммерции в настоящее время, но, как ожидается, в 2014 году Азиатско-Тихоокеанский регион выйдет на первое место (таблица 1). По прогнозам Всемирного Банка развивающиеся страны Азиатско-Тихоокеанского региона будут вносить наибольший вклад в развитие электронной коммерции в ближайшие несколько лет. Онлайн продажи в данном регионе выросли на 23 % в 2013 году, за счет Китая и Индонезии, где рост составил 65 % и 71 %, соответственно.

Таблица 1

Рынок электронной коммерции в 2013 г. по регионам мира

Регион	Объем продаж, млрд. долл.	Рост продаж, %	Доля интернет-покупателей, %
Северная Америка	419,53	12,5	72,0
Западная Европа	291,47	14,0	72,3
Центральная и Восточная Европа	48,56	20,9	41,6
Латинская Америка	45,98	22,1	33,0
Средний Восток и Африка	27,00	31,0	31,3
Азиатско-Тихоокеанский регион	388,75	23,1	44,6

С точки зрения проникновения сети Интернет, зрелые рынки, такие как Северная Америка и Западная Европа по-прежнему находятся далеко впереди своих конкурентов на развивающихся рынках. Около 72 % интернет-пользователей в Западной Европе и Северной Америке, воспользовались услугой заказа товара или услуги через Интернет в 2013 году, в то время как проникновение в Азии по-прежнему на уровне ниже 50 %. Учитывая тот факт, что показатель проникновения Интернета существенно ниже в развивающихся странах, реальный межрегиональный разрыв гораздо выше, чем можно судить по показателям.

Закключение. Развитие рынков электронной торговли в Европе и других странах напрямую связаны с быстрорастущими экономиками или экономическими проблемами в них. Будущее электронной розничной торговли носит глобальный характер. Если замедляется развитие рынка в одной из стран, она может замедлять развитие рынка в целом на континенте и даже в мире. Сейчас наблюдается высокий рост доверия к онлайн-покупкам в глобальном масштабе. Интернет становится неотъемлемой частью экономики любой страны и в будущем это влияние будет только увеличиваться.

Примечания:

1. Internet Usage Statistics [Электронный ресурс]. URL: <http://internetworldstats.com/stats.htm> (дата обращения - 22.01.14).
2. World Population Prospects: The 2012 Revision [Электронный ресурс]. URL: <http://esa.un.org/unpd/wpp/Documentation/publications.htm> [Электронный ресурс]. (дата обращения - 22.01.14).
3. Torbjörn Fredriksson. E-commerce and Development Key Trends and Issues // UNCTAD, Division on Technology and Logistics [Электронный ресурс]. URL: http://www.wto.org/english/tratop_e/devel_e/wkshop_apr13_e/fredriksson_ecommerce_e.pdf (дата обращения - 24.01.14).
4. Ребекка Саундерс. Бизнес путь: Amazon.com. Секреты самого успешного в мире сетевого бизнеса [Электронный ресурс]. URL: http://www.syntone.ru/library/books/content/1445.html?current_book_page=all (дата обращения - 28.01.14).
5. Worldwide B2C Ecommerce: 2013 Forecast and Comparative Estimates [Электронный ресурс]. URL: <https://www.emarketer.com/Coverage/ConsumersEcommerce.aspx> - (дата обращения - 08.02.14).
6. World Development Indicators [Электронный ресурс]. URL: http://data.worldbank.org/data-catalog/world-development-indicators?cid=GPDru_WDI (дата обращения - 22.02.14).
7. Forecast: B2C e-commerce sales in the United States 2011-2016 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.statista.com/statistics/241389/b2c-e-commerce-sales-in-the-united-states/> (дата обращения - 23.02.14).
8. B2C e-commerce sales in China from 2011 to 2016 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.statista.com/statistics/246041/forecast-of-b2c-e-commerce-sales-in-china/> (дата обращения - 23.02.14).
9. Global E-Commerce Sales [Электронный ресурс]. URL: <http://www.statista.com/chart/1223/global-e-commerce-sales-2013/> (дата обращения - 24.02.14).
10. Digital buyer penetration worldwide from 2011 to 2017 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.statista.com/statistics/261676/digital-buyer-penetration-worldwide/> (дата обращения - 24.02.14).
11. E-commerce and mail-order trade: statistics and market data [Электронный ресурс]. URL: <http://www.statista.com/markets/413/e-commerce/> (дата обращения - 23.02.14).
12. East Africa turns to e-commerce for travel [Электронный ресурс]. URL: <http://blog.euromonitor.com/2010/09/east-africa-turns-to-e-commerce-for-travel.html> (дата обращения - 23.02.14).
13. Обзор: ИТ в ритейле 2013 [Электронный ресурс]. URL: http://www.cnews.ru/reviews/new/it_retail_2013/articles/oborot_ecommerce_rossii_v_45_raza_nizhe_oborota_amazon/ (дата обращения - 24.02.14).
14. Исследования развития рынка электронной коммерции в России в 2013 году (Morgan Stanley) [Электронный ресурс]. URL: <http://retailrocket.ru/blog/ecommerce-in-russia-2013-research-morgan/> (дата обращения - 24.02.14).
15. Электронная коммерция сегодня [Электронный ресурс]. URL: <http://www.osp.ru/cio/2013/09/13037522/> (дата обращения - 24.02.14).
16. Global e-commerce activity & growth statistics [Электронный ресурс]. URL: <http://raconteur.net/the-future-of-retail> (дата обращения - 24.02.14).
17. E-Commerce Revenues [Электронный ресурс]. URL: <http://www.statistics-2013.com/e-commerce-revenues/> (дата обращения - 24.02.14).
18. E-commerce and Development Key Trends and Issues [Электронный ресурс]. URL: http://www.wto.org/english/tratop_e/devel_e/wkshop_apr13_e/fredriksson_ecommerce_e.pdf (дата обращения - 25.02.14).
19. Рынок электронной коммерции в мире [Электронный ресурс]. URL: <http://www.e-repper.ru/articles/marketing/rynok-elektronnoj-kommercii-v-mire.html> (дата обращения - 25.02.14).
20. Электронная коммерция в Индии [Электронный ресурс]. URL: <http://payspacemagazine.com/archives/22973> (дата обращения - 25.02.14).

21. Обзор представителей электронной коммерции Китая [Электронный ресурс]. URL: <http://www.towave.ru/pub/obzor-predstavitelei-elektronnoi-kommertsii-kitaya.html> (дата обращения - 19.02.14).
22. Рассвет электронной торговли в Китае [Электронный ресурс]. URL: <http://www.vestifinance.ru/articles/27535> (дата обращения - 12.02.14).
23. Онлайн бизнес в Китае в 2011-2012 гг. [Электронный ресурс]. URL: <http://pandoraopen.ru/2013-02-25/elektronnaya-kommerciya-i-onlayn-biznes-v-kitae-v-20/190673> (дата обращения - 19.02.14).
24. Global ecommerce sales [Электронный ресурс]. URL: <http://www.emarketer.com/Article/B2C-Ecommerce-Climbs-Worldwide-Emerging-Markets-Drive-Sales-Higher/1010004> (дата обращения - 26.02.14).
25. Объем мирового рынка электронной коммерции по итогам 2012 года [Электронный ресурс]. URL: <http://www.therunet.com/news/453-po-itogam-2012-goda-mirovoy-rynok-e-commerce-prevysil-1-trln-dollarov> (дата обращения - 27.02.14).
26. Global Internet Retailing Value and Internet Penetration: 2008-2013 [Электронный ресурс]. URL: <http://blog.euromonitor.com/2013/12/festive-e-commerce-how-firms-are-chasing-digital-consumers-during-the-holidays.html> (дата обращения - 27.02.14).

UDC 33

The Prospects of E-Commerce Sphere in the World

Violetta S. Molchanova

Sochi State University, Russian Federation
354000, Sochi, Sovetskaya St., 26 a
Post-graduate student
E-mail: v.molchanova_1991@list.ru

Abstract. The e-commerce allows businesses to establish their presence in the market at the national level, as well as to expand their economic activities beyond national borders. Thanks to the convenience of the Internet and increasing its penetration, the consumers easily turn to online shopping, which successfully compete with their off-line competitors in developed countries.

E-commerce is now regarded as a separate and profitable business, which has great potential for growth and development.

This article examines the trends in the global e-commerce market. The analysis of the specifics of its development and its state in the Russian Federation is given.

Keywords: internet users; e-commerce sphere; the volume of online shopping.