

## **ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ: МИРОВОЙ ОПЫТ**

Развитие сети Интернет и появление электронной торговли вызывают существенные перемены в экономике и бизнесе, приводят к изменению традиционных положений экономической теории и практики. Технологии и стандарты передачи данных через сеть Интернет стали универсальной средой обмена коммерческой информацией, что во многом определило принципы ведения бизнеса в сфере электронной коммерции. Вследствие этого для повышения эффективности работы и увеличения прибылей предприятия, необходимо внедрение современных Интернет-технологий в торговый бизнес и услуги.

Процесс развития электронной коммерции во всем мире отличается стремительностью и необратимостью. Переход к цифровой экономике и увеличение доли электронной коммерции в общем объеме торговли является одним из ключевых направлений развития в XXI веке. Наблюдается массовый переход от традиционной к электронной форме торговли. Расширению электронной торговли способствует достаточно высокий уровень проникновения Интернета. Уровень проникновения интернета в среднем по миру в 2023 году составил 65,7%.

Страной-лидером в сфере электронной коммерции на протяжении нескольких лет является Китай, на долю которого в 2023 году приходится 52,1% мирового рынка электронного товарооборота. На втором месте с существенным отрывом – США (19%), далее Великобритания (4,8%), Япония (3%) и Южная Корея (2,5%). Прогнозируется, что мировые продажи электронной коммерции достигнут 7,96 трлн долл. в 2027 году [1].

В ближайшем будущем тенденции электронной коммерции будут направлены на адаптацию бизнеса к быстро меняющемуся миру, который формирует новые условия для развития конкурентной среды и потребительских сегментов. Многие из мировых тенденций электронной коммерции, представленных ниже, возникли не сегодня, но степень их актуальности будет набирать обороты с каждым месяцем и определять траектории развития субъектов электронного рынка на микро-, мезо- и макроуровнях:

1. Продажи D2C (напрямую потребителю). Электронный бизнес переходит к прямой продаже товаров конечному потребителю посредством онлайн-торговли, запуская собственные интернет-магазины и создавая витрины на маркетплейсах, без посредников и дилеров.

2. Зерокодинг (zero-code). Технология с открытым исходным кодом позволяет за короткое время собрать решение (интернет-магазин, мобильное приложение) из готовых блоков и шаблонов и выйти на электронную коммерцию без знаний программирования и необходимости в полноценной ИТ-команде, т.е. с минимальными затратами. Рынок платформ, которые позволяют создавать продукты без кода, растет очень быстро – в 2021 году он оценивался в 3,8 млрд долл. США, в 2022 году рост увеличился до 21,0 млрд долл. США. Широко известными инструментами зерокодинга сегодня являются Bubble, Integromat, Airtable, конструкторы и сервисы SendPulse, Tilda и т.д. [2]

3. Внедрение CDP (платформа клиентских данных). Платформы CDP объединяют данные из разных источников в единый профиль потребителя, который описывает не только их социально-демографические характеристики, но и модели поведения на разных сайтах, и выстраивают сквозную коммуникацию по каналам, удерживая и стимулируя постоянных клиентов.

4. Растущая популярность торговых площадок. Торговые площадки были самым быстрорастущим каналом онлайн-продаж в 2020 году: 9 из 10 продавцов увеличили объем своих продаж на торговых площадках в течение года, и 58% из них значительно увеличили его. Для более чем половины (55%) продавцов это основной или единственный канал продаж.

5. Технологический омниканал. Онлайн-заказы осуществляются с любого устройства, причем без проблем: с мобильного устройства, компьютера, планшета и даже телевизора. 73% покупателей используют при совершении покупок несколько каналов; в то же время смартфон остается ключевым – около 51% онлайн-покупателей совершают покупки через него [2].

6. Голосовая коммерция. Голосовые помощники (Amazon Alexa, Google Assistant, Алиса и т.д.), благодаря их обновленной функциональности, становятся персональными помощниками по покупкам – от поиска товаров в интернет-магазинах до их оплаты – с помощью голосового управления; они также напоминают пользователю о предстоящих покупках и предлагают подписки. Согласно прогнозам, глобальные закупки голосовой связи вырастут до 40 млрд долл. [3].

7. Оптимизация логистики. Главная цель – продавцы стремятся сократить время ожидания клиентов до минимума. Так, в Китае 90% посылок уже доставляются в течение одного дня, и к 2025 году 12-часовая доставка должна стать нормой по всей стране. С точки зрения технологий, это разработка алгоритмов машинного обучения, позво-

ляющих оптимизировать маршрут каждого товара, компьютерное зрение и робототехника для работы на складе, блокчейн как способ записи перемещения товаров и т.д.

8. Персонализация и прогнозирование на основе больших данных. Современные инструменты персонализации контента могут предсказывать желания потребителей и персонализировать целые страницы веб-сайта или экраны мобильных приложений для них.

9. Использование AR-технологий (дополненной реальности) для демонстрации продуктов. AR улучшает качество обслуживания клиентов, повышает удобство покупок и сокращает количество возвратов. Более 100 миллионов пользователей уже используют AR при покупке в Интернете, еще 35% готовы перейти на электронную коммерцию, если смогут заранее увидеть или «примерить» товар.

10. Новые способы оплаты. Ожидается, что криптовалюты будут включены в классические цифровые кошельки. В дополнение к увеличению продаж и конверсий для продавцов, для покупателей использование электронного кошелька обеспечивает простоту использования и повышенную безопасность.

11. «Зеленые» технологии для сокращения выбросов и отходов. 65% покупателей хотели бы приобретать товары у продавцов, которые руководствуются принципами устойчивого развития, 60% потребителей готовы платить больше за экологически чистые продукты. Крупные торговые площадки движутся навстречу социальным тенденциям.

12. Развитие социальной коммерции. Социальные сети внесут значительный вклад в расширение электронной коммерции. И не только из-за того, что социальные сети перенаправляют пользователей в интернет-магазин; продажи будут осуществляться непосредственно на «Facebook», «Instagram», «YouTube», «TikTok», поскольку бренды есть и будут искать новые способы продажи товаров [4].

13. Создание специальных зон электронной торговли. Электронная коммерция, как и многие процессы, развивается не всегда регионально равномерно, но тенденция к повсеместному распространению является положительной. Например, рынок Китая в 2020 году стал одним из самых востребованных в мире. Это было вызвано тем, что сами пользователи открыты к новым технологиям, быстро адаптируются и как показывают данные – около 700 миллионов человек в 2019 году в Китае предпочли онлайн-покупки [5, с. 334].

14. Развитие трансграничной электронной торговли.

Помимо вышеизложенного, следует также отметить, что развитие розничной электронной торговли в последние годы характеризуется не только использованием новых инструментов заключения сде-

лок, но и дает возможность выявить новый тренд – расширение удельного веса сделок, реализуемых через интернет-магазины с покупателями других государств.

Таким образом, развитию электронной коммерции способствует высокий уровень проникновения интернета, причем в Западной Европе он самый высокий, а в Африке – самый низкий. По мере того как доступ к Интернету и его использование в мире продолжают расти, увеличивается и число людей, совершающих покупки онлайн. Ожидается, что в 2025 году объем продаж электронной коммерции в мире достигнет 6,86 триллиона долларов, постоянно увеличиваясь по сравнению с 4,98 триллиона долларов в 2021 году.

По прогнозам, эта тенденция сохранится, и с 2021 по 2027 год ежегодный объем продаж электронной коммерции в мире будет увеличиваться почти на 3 млрд. долл. Однако в ближайшие годы ожидается снижение темпов роста мировых розничных продаж электронной коммерции, хотя и незначительное. В 2023 году темпы роста составили 10,02 %, в 2024 году – снизились до 8,76%, а к 2027 году прогнозируется сокращение до 7,42%.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Global Ecommerce Sales Growth Report [Electronic Resource] – Mode of access: <https://www.shopify.com/id/blog/global-ecommerce-sales>. – Date of access: 10.02.2025.

2. Десять технологий, которые изменят электронную коммерцию [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends-/industry/60ae425c9a7947e3e7969558>. – Дата доступа: 07.02.2025.

3. 15 технологий, которые меняют электронную торговлю прямо сейчас [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://omni.korusconsulting.ru/blog/15-tekhnologiy-kotorye-menyayut-elektronnyu-torgovlyu-priamo-seychas/>. – Дата доступа: 19.01.2025.

4. 25 трендов e-commerce 2021-2022, которые будут актуальны в ближайшие годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/marketing/304459-25-trendov-e-commerce-2021-2022-kotorye-budut-aktualny-v-blizhayshie-gody>. – Дата доступа: 07.01.2025.

5. Химорода, Е.С. Современные тенденции развития рынка электронной коммерции в мире // Международные отношения: история, теория, практика: ст. из сб. материалов XII науч.-практ. конф. БГУ. – Минск, 2022. – С. 329-337.