

РАЗВИТИЕ ТРАНСГРАНИЧНОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИИ: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Аннотация. Трансграничная интернет-торговля является следствием общего процесса развития электронной коммерции. Объему такой торговли показывают существенные темпы своего роста в последние годы.

Но экономические санкции в отношении РФ значительно сократили объемы трансграничной торговли, существенно изменили направление товарных потоков, поступающих в страну, осложнили поставки многих товарных категорий и брендов на российский рынок.

В исследовании исследуются тенденции рынка онлайн-импорта потребительских товаров, определяются предпосылки его развития, определяются факторы, ограничивающие его рост.

Ключевые слова: трансграничная торговля, онлайн-импорт, интернет-торговля, b2c-сектор.

S.G. Kholmovsky,
P.S. Kholmovskaya

DEVELOPMENT OF CROSS-BORDER ELECTRONIC COMMERCE IN RUSSIA: TRENDS AND PROSPECTS

Abstract. Cross-border e-commerce is a consequence of the overall development of e-commerce. The volume of such trade has shown significant growth rates in recent years.

But economic sanctions against the Russian Federation have significantly reduced the volume of cross-border trade, significantly changed the direction of commodity flows entering the country, and complicated the supply of many product categories and brands to the Russian market.

The study examines the trends of the online consumer goods import market, determines the prerequisites for its development, and determines the factors limiting its growth.

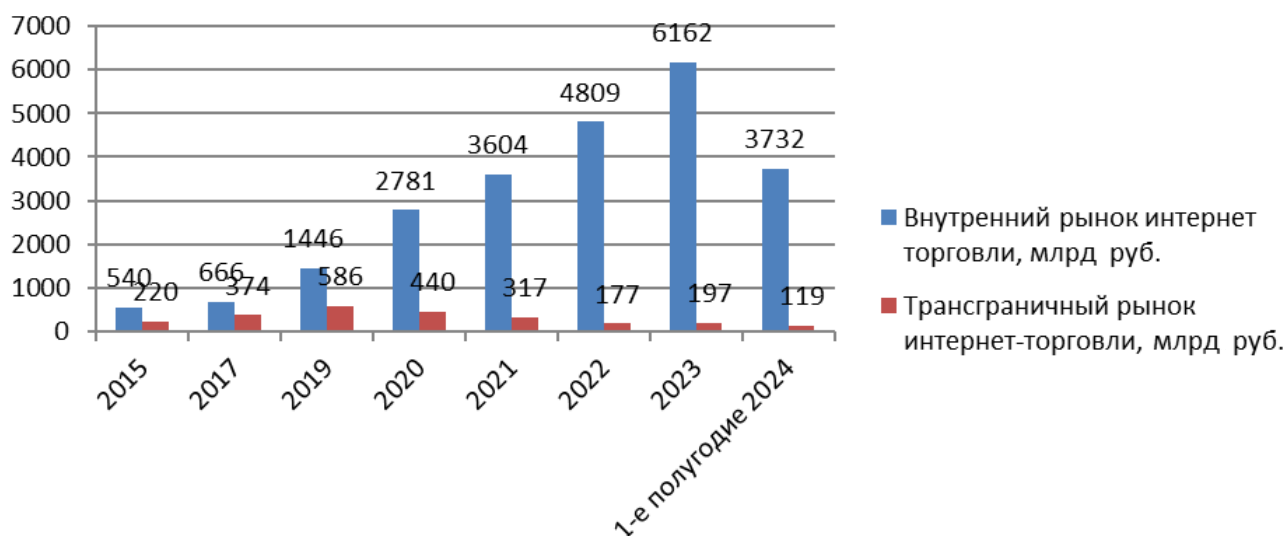
Keywords: cross-border trade, online import, online trade, b2c sector.

Введение

Существенный рост масштабов мировой трансграничной электронной торговли стал следствием активной цифровизации экономики, которой затронул и сферу внешнеторговых операций. Приход на этот рынок транснациональных компаний и цифровых гигантов позволил снять те барьеры, которые стояли в прошлом на пути обмена товарами между странами. Унификация правил международной торговли, развитие международных логистических и финансовых сервисов привлекло на этот рынок многочисленных поставщиков и потребителей.

Трансграничная электронная торговля предполагает, что участники торгового процесса находятся на территориях разных стран (двух и более), и логистические потоки будут пересекать границы (государственные и/или таможенные) с использованием платформ электронной торговли [7].

По данным ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ) за неполные 6 лет российский рынок интернет-торговли увеличился в несколько раз, при падении объемов трансграничного импорта (рис.) [9].



Развитие внутреннего и трансграничного рынка интернет-торговли в России в 2015–2024 гг.

До 2019 года доля трансграничной интернет-торговли составляла около 30 %, достигнув в 2017 году 36 % от объема российского рынка [6]. Но сначала пандемия 2020 года, с ее ограничениями на трансграничное перемещение товаров, а затем экономические санкции привели к падению доли этого сектора практически в 12 раз.

Падение масштабов трансграничной торговли в 2020 году было вызвано не только действием общих с другими странами факторов. Действие этих обстоятельств было усилено в России снижением необлагаемых таможенной пошлиной лимитов (до 200 евро), а также усилением конкуренции со стороны внутренней интернет-торговли [7]. События после 2022 года ухудшили состояние рынка еще существеннее.

Цели и задачи исследования

Основная цель работы заключается в определении направлений развития российского рынка трансграничной электронной торговли в новых экономических реалиях, определении факторов, сдерживающих его развитие, а также предпосылок его роста в будущем, которые могут быть реализованы при сотрудничестве государства и бизнес-структур.

Методы исследования

Методологическую основу проведенного в работе исследования составляют системный и сравнительный подходы, основанные на методах анализа и систематизации.

Полученные результаты

Трансграничная электронная торговля как результат процесса глобализации и цифровизации бизнеса, имеет ряд преимуществ для участников такого обмена, а также для экономики отдельных государств. Для поставщиков (производителей) среди достоинств такого варианта организации сбыта товаров можно выделить:

1. Рост эффективности производства, когда в полной мере проявляются эффект масштаба деятельности.
2. Улучшение степени узнаваемости определенного бренда не только в рамках отдельной страны, но и в рамках мировой торговли [4].
3. Расширение круга потенциальных покупателей продукции на новых географических рынках [3].
4. Реализация товаров в процессе трансграничной торговли повышает маржинальность бизнеса [2].

Участие в трансграничном обмене товарами несет существенные преференции и для потребителей:

1. Снижение затрат на закупку товаров, особенно если эта покупка дешевых потребительских товаров, не облагаемых таможенными пошлинами.
2. Из-за того, что приобретенный товар не проходит ряд национальных торговых посредников, окончательная цена купленной продукции для покупателя может быть ниже, чем в розничной торговле.
3. Благодаря такому международному обмену потребители могут расширить ассортимент приобретаемых товаров [1].

Но и для экономики в целом трансграничная торговля несет ряд преимуществ:

1. Если страна активно участвует в трансграничной торговле в качестве экспортера, то у нее улучшается состояние торгового и платежного баланса государства.
2. Также как и в рамках традиционной международной торговли, в рамках трансграничной формы выигрыш внутренних потребителей больше потенциального проигрыша национальных производителей (поставщиков).
3. Развитие трансграничной торговли позитивно сказывается на развитии отраслей, обслуживающих эту сферу деятельности (логистических, транспортных и др.).

Изменения в товарной структуре российского онлайн-импорта в 2023 году по сравнению с 2021 годом явились прямым следствием санкционных ограничений. Наиболее существенные изменения в структуре следующие:

1. В статистике трансграничной торговли появилась новая товарная категория – цифровые товары, которые представляют собой онлайн-подписки, курсы, книги и т.д. с долей в 2023 году в 14,9 %.
2. Более чем в три раза (с 9,8 % в 2021 году до 2,6 % в 2023 году) сократилась доля приобретаемых продуктов питания.

3. В три раза сократилась доля одежды и обуви также из-за санкционных ограничений. Многие иностранные интернет-магазины сделали невозможным прямой заказ из их ассортимента для покупателей из России.

Изменения коснулись и структуры участников рынка трансграничной торговли. Российский рынок представлен шестью основными видами участников:

1. Иностранные интернет-агрегаторы с ограниченным присутствием на территории России (обычно в форме складских и транспортных подразделений). К такому виду участников можно отнести компанию Aliexpress, на которую приходилось более 75 % всех заказов рынка.

2. Иностранные интернет-ритейлеры, не имеющие своих подразделений в России, но осуществляющие отправку заказов, используя логистическую инфраструктуру других участников рынка (Shein).

3. Российские интернет-ритейлеры, у которых есть представительства в других государствах, которые и осуществляют закупки и отправку заказов в Российскую Федерацию (например, компания Ozon Global).

4. Компании с онлайн-витринами, которые выступают в качестве посредников, агентов, мелфорвардеров (Cdek Shopping, Shopotam).

5. Мейлфорвардеры без витрины, которые по заявке покупателя выкупают товар и организуют его доставку в Россию за определенное комиссионное вознаграждение (ВХВ).

6. Закупщики и брокеры, представленные «серыми» посредниками, группами в социальных сетях [7].

Рассмотрим причины сокращения и ограничения размеров российского рынка трансграничной торговли (прежде всего, импорта).

Во-первых, введенные экономические санкции со стороны многих иностранных государств и компаний, которые ограничили процесс доставки и оплаты интернет-заказов.

Во-вторых, рост логистических издержек по доставке заказов и увеличение времени ожидания получения заказов сокращает их привлекательность для покупателей.

В-третьих, с апреля 2024 года был в пять раз (с 1 тыс. евро до 200 евро) снижен порог беспошлинного ввоза товаров на территорию РФ). Это напрямую сказывается на активности покупателей.

Среди факторов возможного оживления и развития российского рынка специалисты отмечают:

1. Отладку новых логистических и финансовых схем по оплате и доставке заказов на территорию Российской Федерации, что сократит логистические и временные затраты.

2. Развитие механизма кроссбордерной полки на российских маркетплейсах. Под кроссбордерной полкой понимается сегмент на онлайн-платформах, на котором предлагаются импортные товары, реализуемые конечным потребителям без растаможивания. Интерес к организации подобных полок проявляют многие нишевые маркетплейсы [5].

3. Активная диверсификация деятельности логистических компаний, которые начинают выступать на рынке как мейлфорвардеры (посредники в получении и доставке заказов) с наличием витрины и без нее.

4. Кардинально изменить ситуацию на рынке позволили бы отмены всех санкционных ограничений в отношении российской экономики, но такие события трудно прогнозируются и зависят от политических, а не от экономических факторов.

Выводы

Российский рынок трансграничной электронной торговли в настоящее время находится под гнетом ряда негативных факторов, в полной мере устранить действие которых возможно только в случае снятия наложенных на национальную экономику экономических санкций.

Но за последние годы российский рынок смог приспособиться к новым реалиям, бизнес в значительной мере смог отыграть потери начала 2022 года, организовать новые логистические и финансовые схемы по доставке и оплате заказов, переформатировать свои бизнес-процессы.

Минимизировать негативные моменты в организации онлайн-импорта из других стран должно активное взаимодействие на разных уровнях государственных органов (Правительства РФ, Министерства экономического развития РФ, Центрального банка РФ, законодательной ветви власти) с участниками рынка.

Список использованной литературы

1. Балабанова А.В. Поведение потребителей на рынке электронных услуг / А.В. Балабанова, Г.Т. Журавлева // Ученые записки РАП. – 2021. – Т. 20, № 3. – С. 150–159. – URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_46633030_59936654.pdf.

2. Власов А.В. Вопросы электронной коммерции и трансграничной торговли в России как участнике ЕАЭС / А.В. Власов, А.И. Паньшин // Ученые записки РАП. – 2023. – Т. 23, № 1. – С. 54–59. – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_64321572_11558358.pdf.

3. Головенчик Г.Г. Трансграничная электронная торговля как проявление цифровой глобализации: взаимосвязь и взаимовлияние / Г.Г. Головенчик // Социальные и экономические системы. Экономика. – 2023. – № 5.1. – С. 193–217. – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_54594409_44024331.pdf.

4. Дьякова М.А. Трансграничная электронная коммерция в системе международного бизнеса / М.А. Дьякова, Д.С. Юдина // Актуальные проблемы развития хозяйствующих субъектов, территорий и систем регионального и муниципального управления : материалы 17-й междунар. науч.-практ. конф. (г. Москва, 2–3 июня 2022 г.). – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_49273961_24318978.pdf.

5. Задорожный С. Лэтуаль завел себе кроссбордерную полку / С. Задорожный. – URL: <https://ecomhub.ru/letual-got-himself-a-crossborder-shelf>.

6. Как поменялся рынок интернет-торговли в 2023 году. – URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/12/02/2024/65c64b479a794726261d49f7?from=article_body.

7. Развитие трансграничной интернет-торговли: оценка социально-экономического эффекта : доклад ВШЭ. – URL: <https://www.hse.ru/mirror/pubs/share/469297676.pdf>.

8. Российский онлайн-импорт. Основные выводы. – URL: https://datainsight.ru/sites/default/files/DI_b2c_online-import_2024_full.pdf.

9. Рынок интернет-торговли. Сводные аналитические данные. – URL: <https://akit.ru/analytics/analyt-data>.

10. Смирнова Е.А. Логистика трансграничной электронной торговли / Е.А. Смирнова, Д. Чжао. – Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2023. – 154 с. – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_54594409_44024331.pdf.

Информация об авторах

Холмовский Станислав Геннадьевич – кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и сервиса, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: staskhol@mail.ru.

Холмовская Полина Станиславовна – студент, факультет внешнеторгового менеджмента, Всероссийская академия внешней торговли Министерства экономического развития Российской Федерации, г. Москва, Российская Федерация e-mail: holmovs05@gmail.com.

Authors

Stanislav G. Kholmovsky – PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Management and Service, Baikal State University, Irkutsk, the Russian Federation, e-mail: staskhol@mail.ru.

Polina S. Kholmovskaya – student of the Faculty of Foreign Trade Management, All-Russian Academy of Foreign Trade of the Ministry of Economic Development of the Russian Federation, Moscow, the Russian Federation e-mail: holmovs05@gmail.com.