

УДК 339

Храмцова Кристина Олеговна,

студент,

кафедра региональной экономики, инновационного предпринимательства и безопасности,

Институт экономики и управления,

ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н.Ельцина»

г. Екатеринбург, Российская Федерация

Власов Максим Владиславович,

доцент, кандидат экономических наук,

кафедра региональной экономики, инновационного предпринимательства и безопасности,

Институт экономики и управления,

ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н.Ельцина»

г. Екатеринбург, Российская Федерация

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ

Аннотация

В данной статье уделяется внимание актуальной теме – пандемии COVID-19. Пандемия выступает предметом влияния на международную торговлю и её ускоренную цифровизацию. Определяется значимость онлайн торговли из ключевых секторов мировой экономики. Обращается внимание на то, что как торговля облегчает доступ к товарам и услугам, которые обеспечивают цифровую трансформацию, и подчеркивается важность цифровой торговли и связанной с ней политики для поддержки экономической активности и благосостояния во время кризиса, а также ее роль в поддержании восстановления экономики.

Ключевые слова:

Цифровизация, экономика, международная торговля, пандемия, технологии, логистика, маркетплейсы.

Пандемия подчеркнула важность торговли. В марте 2020 года COVID-19 изменил повседневную жизнь, какой мы ее знали. Тем не менее, торговля в первую очередь выдержала сбой, вызванный политикой социального дистанцирования. Она даже значительно выросла в некоторых областях, таких как электронная коммерция и онлайн-торговля.

Подобно промышленной революции, которая кардинально изменила общество XIX века, цифровая трансформация международной торговли потрясает наше нынешнее общество [1]. Теперь это неотъемлемая часть нашей повседневной жизни, и, прежде всего, она будет расширяться на все аспекты нашей жизни. Компании, сотрудники или клиенты, никто не может избежать этого.

Цифровизация, которую также иногда называют цифровой трансформацией, относится к процессу, который позволяет компаниям интегрировать все доступные

цифровые технологии в свою деятельность. Эти технологии призваны улучшить многие вещи в компаниях, и, объединившись вместе, они позволяют им продолжать расти.

Компании всегда стремятся к высоким продажам, удовлетворении потребности клиентов и, прежде всего, предоставлять нужную информацию в нужное время [2].

Сегодня в результате мер физического дистанцирования, принятых для ограничения распространения COVID-19, все больше людей работают удаленно, покупают продукты в Интернете, общаются с семьей и друзьями с помощью телеконференций и обмена мобильными сообщениями, а также слушают музыку и смотрят фильмы через стриминговые платформы. Однако наша способность перевести деятельность в цифровую сферу зависит от ряда факторов, включая меры, влияющие на цифровую торговлю или связанные с ней. Например, большое количество цифровых устройств, таких как компьютеры, смартфоны, сетевое оборудование и сопутствующие услуги, производится за границей. Эти инструменты играют ключевую роль в смягчении некоторых социальных и экономических последствий мер физического дистанцирования. Цифровые решения, которые работают в глобальных коммуникационных сетях, позволяют людям заказывать товары в Интернете, облегчают удаленную работу и предоставляют средства для предоставления услуг в цифровом виде, помогая смягчить экономические последствия ограничений, связанных со здоровьем.

Меры физического дистанцирования, принятые для борьбы с распространением COVID-19, привели к значительному снижению мобильности на рабочем месте — на 55% по сравнению с периодом с января по февраль 2020 года — и увеличению мобильности вокруг жилых районов (рисунок 1).



Рисунок 1 – Изменения мобильности за период с января по февраль 2020 г.

Изменения были постепенными, но произошли за очень короткий промежуток времени, при этом снижение мобильности на рабочем месте началось уже за неделю до принятия мер по изоляции. Для многих людей это привело к потере работы с более широкими экономическими и социальными последствиями. Однако другие смогли продолжить работу удаленно. Возможность работать из дома зависит от ряда факторов. К ним относятся степень, в которой рабочие функции могут выполняться удаленно. Это также зависит от способности использовать цифровые технологии, степени их внедрения и набора навыков, необходимых для процветания в цифровой экономике [3]. Для удаленной работы также требуется доступ к товарам ИКТ (информационно-коммуникационные технологии) и надежным цифровым сетям — область, в которой торговля может играть важную роль.

Вспышка COVID-19 повлияла не только на то, как мы работаем, но и на то, как и что мы потребляем. В связи с тем, что многие предприятия и магазины временно закрываются, потребители обратились к онлайн-решениям для покупки необходимых им товаров и услуг (рисунок 2). Тип приобретаемых товаров и услуг также изменился [4]. Вырос спрос на товары медицинского назначения и ИКТ, многие из которых перевозятся через разные границы и доставляются прямо домой посылками. В то же время спрос на услуги, в том

числе на многие услуги, предоставляемые в цифровом виде, такие как потоковое мультимедиа или услуги телеконференций, также увеличился.



Рисунок 2 – Как часто покупают товары онлайн

Главным каналом продаж на рынке онлайн-торговли стали интернет-магазины, которые работают по программе B2C-торговли. На их долю в 2021 году приходилось более 60% продаж на рынке онлайн-торговли. Сегмент универсальных маркетплейсов таких как Ozon, Wildberries, Яндекс. Маркет и сервисов экспресс-доставки: Delivery Club, Самокат, Сбермаркет, Яндекс в 2021 г. рос быстрее, чем сегмент специализированных маркетплейсов.

Объем интернет-продаж в 2021 году превысил прошлогодние показатели на 12% и составил 3,6 трлн рублей. Из этой суммы — 3,1 трлн руб. приходится на внутренний рынок (+13% по сравнению с 2020 г.), трансграничные онлайн-продажи составили 478,6 млрд руб. (+9% по сравнению с 2020 г.). Доля интернет-торговли в общем объеме розничных продаж по итогам года составила 9,2%.

Направленность в повышение значимости регионов в интернет-торговле, которая продолжилась в 2021 году, связана с увеличением логистической инфраструктуры: распределительные центры и склады сегодня находятся во всех крупных городах страны. Общая площадь инфраструктуры онлайн-ритейлеров во всех федеральных округах выросла за год больше чем в 2 раза и составила 2,6 млн кв.м. Это привело к росту доли регионов в общем обороте интернет-торговли, и уменьшению доли Москвы (рисунок 3). Сейчас она составляет 19,9%, в то время как в 2019 г. она была 26,6%, в 2020 г. — 24,7% [5].



Рисунок 3 – Топ-10 самых активных регионов на локальном рынке

Маркетплейсы с универсальным ассортиментом стали центром формирования потребительского спроса на непродовольственные и продовольственные товары в 2021 году, кроме того, по данным маркетплейсов, у них начали расти и B2B-продажи. Однако на рынке онлайн-торговли работает и много небольших компаний, особенно в сегменте нишевых продуктов. В 2021 году россияне также активно совершали покупки не только в интернет-магазинах и на маркетплейсах, но и через альтернативные партнёрские сети: веб-сервисы, онлайн-витрины, интернет-блогеров и Telegram каналы [6].

Коронавирус, несомненно, внес серьезные коррективы в деятельность и дальнейшее развитие абсолютно всех компаний, от федеральных сетей и крупных производителей до представителей малого бизнеса и небольших стартапов. На основе изученных статистических публикаций можно прийти к выводу, что COVID-19 и карантин поспособствовал скорейшему развитию цифровизации. Международная торговля, в частности, цифровизация и связанная с ней политика, могут играть активную и важную роль в поддержке экономической деятельности во время карантина и в запуске более широкого восстановления экономики. В России рынок электронной торговли, скорее всего, будет концентрироваться вокруг крупных компаний, потому что у них есть возможность выстраивать эффективную логистику и привлекать большой объем товаров на склад. В Европе эти объемы уже сконцентрированы у крупнейших маркетплейсов, через которые продается гигантский объем товаров.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Сайбель Н. Ю., Сайбель Я. В. Эволюция теории инноваций // Актуальные проблемы экономической теории и практики: сб. науч. тр. 2013. №13. С. 46-55.
2. Калужский М.Л. Электронная коммерция. Маркетинговые сети и инфраструктура рынка. — М. : Экономика, 2014. — 328 с.
3. Электронный ресурс: Crets S. How the coronavirus is affecting online retailers. Digital commerce. // URL: <https://www.digitalcommerce360.com/2020/03/12/coronavirus-affects-online-retailers/> (дата обращения: 09.04.2022).
4. Электронный ресурс: Российский e-commerce в период пандемии. Федеральный бизнес-журнал. // URL: https://businessmagazine.online/fn_38299.html (дата обращения: 09.04.2022).
5. Электронный ресурс: Итоги Интернет-торговли 2021 // URL: <https://akit.ru/news/3-6-trln-rublej-itogi-goda-v-internet-torgovle> (дата обращения: 13.04.2022).
6. Электронный ресурс: Инновации в эпоху COVID-19. Тренды цифровой

трансформации бизнеса в условиях кризиса и пандемии // URL: <https://rtlq.ru/static/docs/COVID-19-business-digital-innovation-transformation.pdf> (дата обращения: 14.04.2022).

Khramtsova Kristina Olegovna,

Student,

Department of Regional Economics, innovative entrepreneurship and security,

Institute of economics and management

Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin

Yekaterinburg, Russian Federation.

Vlasov Maxim Vladislavovich,

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,

Department of Regional Economics, innovative entrepreneurship and security

Institute of economics and management,

Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin,

Yekaterinburg, Russian Federation

**DIGITAL TRANSFORMATION OF INTERNATIONAL TRADE DURING
THE PANDEMIC**

Abstract:

This article focuses on an urgent topic – the COVID-19 pandemic. The pandemic is a subject of influence on international trade and its accelerated digitalization. The importance of online trading from the key sectors of the world economy is determined. Attention is drawn to how trade facilitates access to goods and services that enable digital transformation, and the importance of digital trade and related policies to support economic activity and well-being during the crisis, as well as its role in supporting economic recovery, is emphasized.

Keywords:

Digitalization, economy, international trade, pandemic, technology, logistics, marketplaces.