

---

## Интеграционный проект по развитию e-commerce в пространстве ЕАЭС e-commerce в мировой практике в условиях пандемии

УДК – 330

*Краенкова Кристина Игоревна*

ст. преподаватель, Витебский государственный технологический университет,  
kristina-zhavrnk@rambler.ru

**Аннотация.** В статье рассматривается необходимость развития рынка e-commerce в условиях пандемии Covid-19. Приводятся мировые статистические данные рынка e-commerce, оцениваются достижения e-commerce в пространстве ЕАЭС, выделяются тенденции его формирования и проблем развития. Практическая значимость работы обусловлена возможностью расширения e-commerce и создания конкурентоспособной евразийской цифровой торговли в кратчайшие сроки. По результатам проведенного исследования была предложена поэтапная реализация совместного интеграционного проекта по развитию рынка e-commerce, направленного на цифровую трансформацию экономик стран-участниц.

**Ключевые слова:** e-commerce, интеграционный проект, рынок, пандемия.

В конце 2019 г. население стран мира столкнулось с распространением нового вируса COVID-19, в начале 2020 г. диффузия COVID-19 переросла в пандемию мирового масштаба, что привело к турбулентности в социально-экономических системах на локальном, региональном, государственном уровнях в деятельности международных альянсов и союзов стран и транснациональных корпораций [Яфасов, А.Я., Кострикова Н.А., 2020].

Кардинальные изменения в социально-экономических системах привели к переосмыслению приоритетов и направлений развития в области политического, социального и экономического взаимодействия между странами, а также внутри каждой страны. Это было вызвано масштабным ростом числа людей, потерявших работу, резкому всплеску заболеваемости, смертности от последствий Covid-19 и трансформации бизнес-процессов.

Современная ситуация в условиях пандемии безусловно нанесла достаточно серьезный удар абсолютно по всем сферам жизни общества, в том числе и по бизнесу. Наибольший урон пришелся на ресторанный и гостиничный бизнес, сферу транспорта и развлечений, туристический бизнес. Введенные карантинные меры также сказались на торговле. Однако есть отдельные сферы бизнеса, которые в период пандемии показали стогнацию, а в исключительных случаях уверенный рост. Последнее присуще e-commerce.

E-commerce или электронная коммерция – это модель ведения бизнеса, использующая электронные сети как основное средство коммуникации. E-commerce

состоит из торговых и финансовых операций, включая бизнес-процессы (производство, распределение, маркетинг, продажа или доставка товаров и услуг), связанные с их проведением. Главной особенностью e-commerce является совершение сделок в формате онлайн. Этот факт стал движущей силой для развития электронного бизнеса в период локдауна.

По данным аналитиков Business<sup>1</sup>, объем глобальной электронной торговли в 2020 году составил более 4 трлн. дол. США. Согласно проведенному исследованию аналитиков eMarketer<sup>2</sup> Азиатско-Тихоокеанский регион имеет более 60 % рынка e-commerce, что связано с доминированием Китая на данном рынке. Северная Америка и Западная Европа к концу году будут иметь доли в 19,1% и 12,7% соответственно (рис. 1).

Товарооборот в Центральной и Восточной Европе значительно отстает от регионов лидеров, что говорит о неразвитости сферы e-commerce. Согласно статистическим данным и текущей ситуации с пандемией Covid-19 большинство сфер предпринимательской деятельности в ближайшей перспективе перейдет на цифровые технологии, индустрия электронной коммерции растет быстрыми темпами, масштабируясь в различных направлениях.

Прогнозные данные свидетельствуют, что товарооборот розничной электронной торговли в Западной Европе к 2023 г. составит 604,87 млрд дол. США, в Восточной Европе – 571,51 млрд дол. США, при условии, что емкость рынка в Восточной Европе намного больше (рис.2).

Таким образом, несмотря на пандемию и общие прогнозы на масштабный экономический кризис, e-commerce имеет положительный сценарий развития в мире, что делает данный вид бизнеса перспективным и динамично развивающимся в сложившихся условиях.

### **Формирование рынка e-commerce в ЕАЭС.**

Актуальность и востребованность e-commerce на уровне ЕАЭС стало активно обсуждать в 2016 г., когда Евразийская экономическая комиссия совместно с экспертами Всемирного банка начала работу по изучению опыта и выработке конкретных рекомендаций для получения экономического эффекта от развития цифрового пространства. В рамках проделанной работы были выработаны и предложены основные приоритеты реализации цифровой повестки ЕАЭС до 2025 г. [Цифровая повестка Евразийского экономического союза до 2025 года]:

1. Утверждение основных направлений реализации цифровой повестки ЕАЭС до 2025 года;
2. Утверждение структуры управления реализацией Цифровой повестки 2025 года;
3. Создание инвестиционного фонда для цифровой трансформации;
4. Гармонизация нормативно-правовой базы для цифровой трансформации;
5. Развитие систем трансграничных телекоммуникаций, кибербезопасности,

---

<sup>1</sup> [www.businessinsider.com](http://www.businessinsider.com)

<sup>2</sup> [www.eMarketer.com](http://www.eMarketer.com)

электронной идентификации, логистики;

#### 6. Создание единой цифровой платформы ЕАЭС.

Оценим уровень развития e-commerce в странах –членах ЕАЭС по итогам 2020 г. (рисунок 3).

Представленные данные говорят о значительном скачке рынка e-commerce в странах ЕАЭС. Однако, сравнивая масштабы и развитие рынка e-commerce с другими странами, следует отметить его несовершенство и отсутствие возможности полной и глубокой оценки, что не дает возможность принимать управленческие меры и двигаться в сторону роста.

Главными проблемами развития рынка e-commerce в пространстве ЕАЭС являются:

- отсутствие единой аналитической информации;
- отсутствие разработанной методики оценки показателей e-commerce;
- недостаточная зрелость бизнеса на рынке e-commerce;
- отсутствие цифровой инфраструктуры;
- отсутствие единой системы кибербезопасности;
- отсутствие единой системы быстрых онлайн платежей;
- недостаточный уровень цифровой информации о продукции реального сектора экономики и др.

Таким образом, можно заключить, что темпы роста e-commerce в условиях пандемии имеет положительную динамику роста во всех странах ЕАЭС. Однако, отсутствие каналов цифровой торговли между странами, неразвитая инфраструктура цифровой торговли, неготовность предпринимателей к значительному росту рынка в период пандемии, привели к упущенным возможностям завоевания большей доли рынка ЕАЭС и международного рынка e-commerce, пропустив вперед Китай, США и страны ЕС.

#### **Интеграционный проект развития e-commerce.**

Последовательные этапы реализации основных приоритетов и направлений цифровой повестки ЕАЭС до 2025 г. позволят развить уровень рынка e-commerce до международного. Однако, пандемия Covid-19 внесла глобальные изменения в движение мировых бизнес-процессов и требует беспрецедентных мер по ускорению и упрощению работы e-commerce в пространстве ЕАЭС, т.к. по отдельности реагировать на изменение рынка и конкурировать в сложившихся условиях сложно. Решением представленной проблемы может служить разработка совместного интеграционного проекта развития e-commerce (рисунок 4).

Разработка и реализация совместного интеграционного проекта по развитию рынка e-commerce, направленная на цифровую трансформацию экономик стран-участниц, позволит:

- преодолеть кризис, вызванный пандемией Covid-19;
- создать инфраструктуру цифровой торговли в рамках ЕАЭС;
- развить каналы цифровой торговли между государствами ЕАЭС;
- стимулировать экспорт и импорт продукции и услуг из государств – участниц в

третьи страны;

- повысить конкурентоспособность государств-членов относительно глобальных цифровых систем e-commerce.

Предложенные этапы интеграционного процесса направлены на создание конкурентоспособной евразийской цифровой торговли, реализация которых в кратчайшие сроки позволит увеличить долю рынка e-commerce стран-участниц ЕАЭС в мировом пространстве.

Рис.1 Розничный товарооборот e-commerce в мире, в млрд дол. США. Источник: Global Ecommerce 2020 от eMarketer.

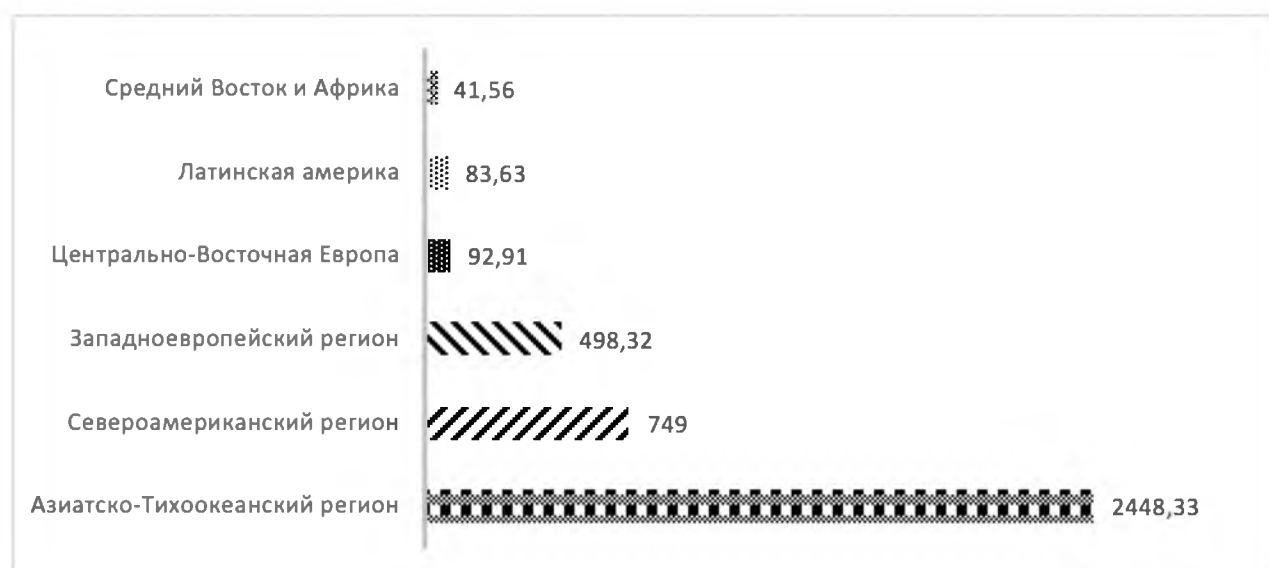


Рис. 2. Розничный товарооборот e-commerce в Европе, в млрд дол. США. Источник: Global Ecommerce 2020 от eMarketer.

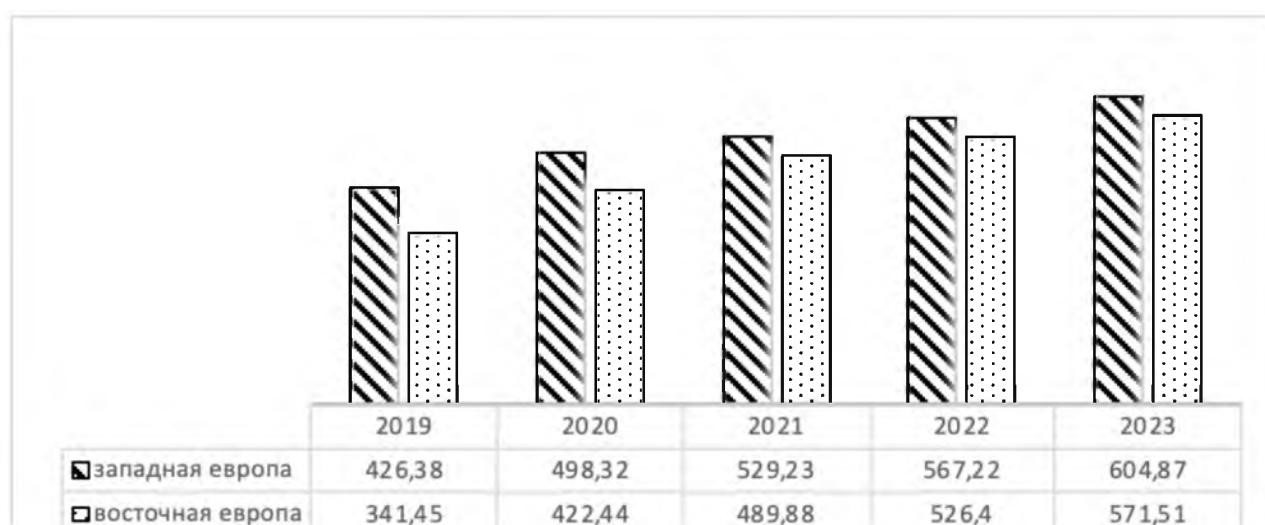


Рис. 3. Карта достижений в области e-commerce в 2020 г. (составлено автором).

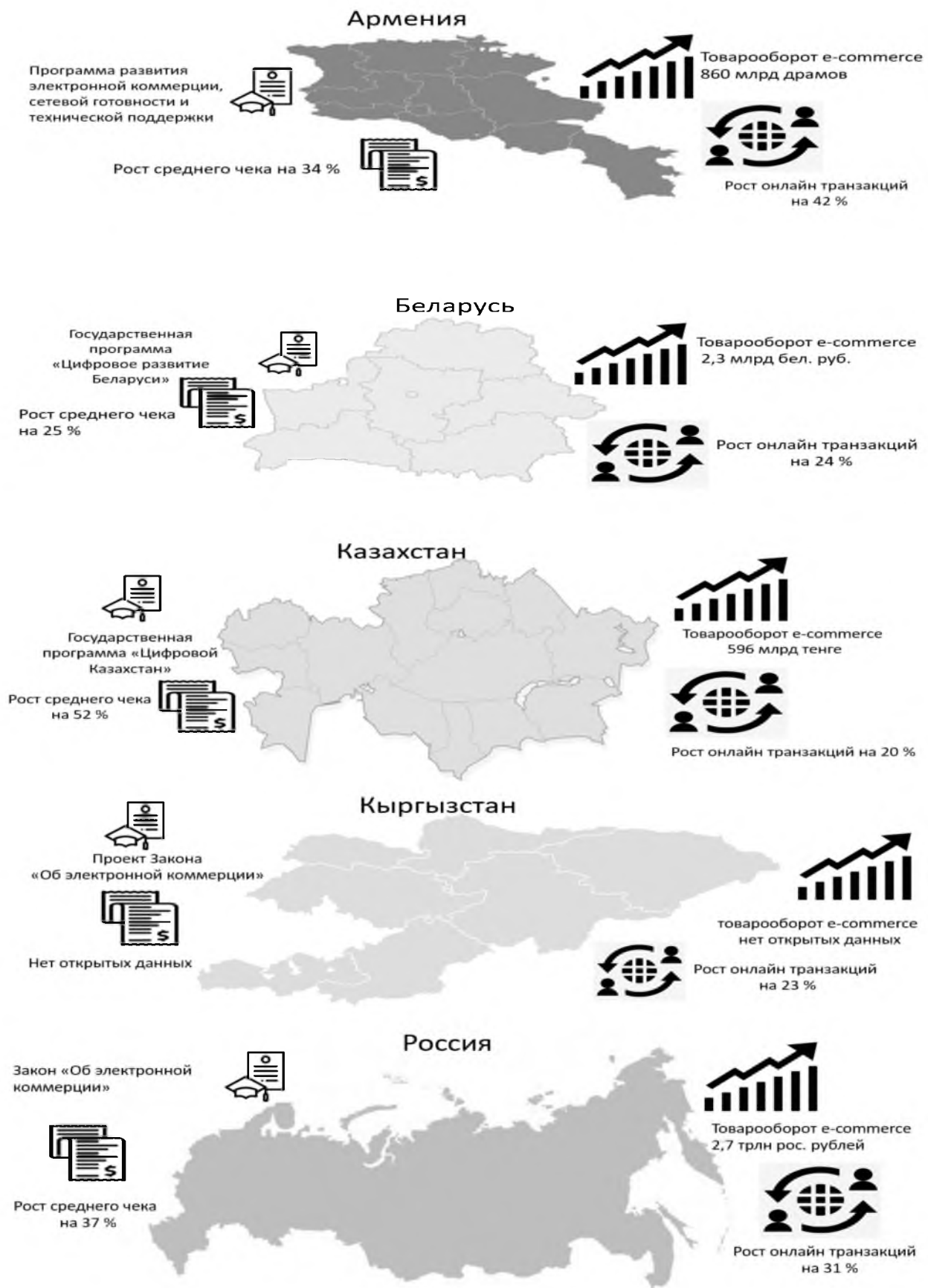
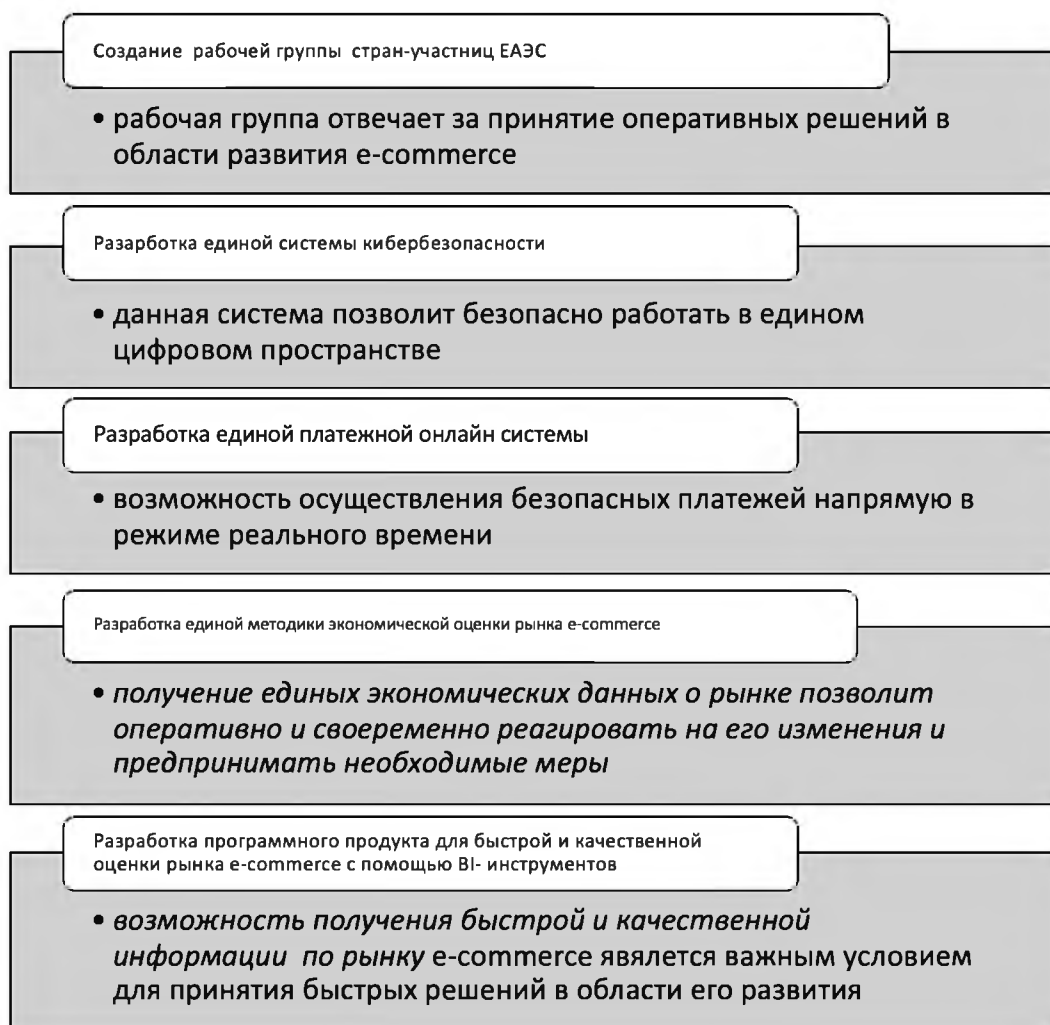


Рис. 4. Этапы реализации интеграционного проекта (составлено автором).



### Список использованных источников и литературы:

1. Цифровая повестка Евразийского экономического союза до 2025 года: перспективы и рекомендации [Электронный ресурс]. – 2020. – Режим доступа: <http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/> – Дата доступа: 09.04.2020.
2. Яфасов, А.Я., Кострикова Н.А. Проблемы трансформации социально-экономических систем в постCovid-19-й экономике / А.Я. Яфасов, Н.А, Кострикова // Научный журнал Известия КГТУ, 2020, №58. – с. 193-207
3. Global Ecommerce 2020 от eMarketer: основные факты / Журнал Электронной коммерцииhttps. – 2021. – Режим доступа: [www.e-pepper.ru/news/global-ecommerce-2020-ot-emarketer-osnovnye-fakty/](http://www.e-pepper.ru/news/global-ecommerce-2020-ot-emarketer-osnovnye-fakty/) – Дата доступа: 09.05.2021.

## References:

1. Cifrovaya povestka Evrazijskogo e`konomicheskogo soyuza do 2025 goda: perspektivy` i rekomendacii [E`lektronny`j resurs]. – 2020. – Rezhim dostupa: <http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/> – Data dostupa: 09.04.2020.
2. Yafasov, A.Ya., Kostrikova N.A. Problemy` transformacii social`no-e`konomicheskikh sistem v postCovid-19-j e`konomie / A.Ya. Yafasov, N.A. Kostrikova // Nauchny`j zhurnal Izvestiya KGTU, 2020, №58. – s. 193-207.
3. Global Ecommerce 2020 ot eMarketer: osnovny`e fakty` / Zhurnal E`lektronnoj kommerciihttps. – 2021. – Rezhim dostupa: [www.e-pepper.ru/news/global-ecommerce-2020-ot-emarketer-osnovnye-fakty/](http://www.e-pepper.ru/news/global-ecommerce-2020-ot-emarketer-osnovnye-fakty/) – Data dostupa: 09.05.2021.

## **Integration Project for the Development of e-commerce in the EAEU Space**

*Krayenkova Kristina Igorevna*

Senior Lecturer, VSTU,  
[kristina-zhavrnk@rambler.ru](mailto:kristina-zhavrnk@rambler.ru)

**Abstract:** The article discusses the need for the development of the e-commerce market in the context of the Covid-19 pandemic. The article presents the world statistics of the e-commerce market, assesses the achievements of e-commerce in the EAEU space, highlights the trends of its formation and development problems. The practical significance of the work is due to the possibility of expanding e-commerce and creating a competitive Eurasian digital trade in the shortest possible time. Based on the results of the study, a phased implementation of a joint integration project for the development of the e-commerce market was proposed, aimed at the digital transformation of the economies of the participating countries.

**Keywords:** *e-commerce, integration project, market, pandemic.*