

УДК :

DOI: 10.18413/2409-1634-2020-6-1-0-4

Никулин Э. И.,
Польщиков К.А.,
Ломакин В.В.

**Сравнительный анализ развития интернет-торговли
России, Великобритании и США**

Белгородский государственный национальный исследовательский университет
ул. Победы, 85, г. Белгород, 308015, Россия

e-mail: 1250695@bsu.edu.ru

Аннотация

В статье проводится сравнительный анализ развития интернет-торговли на примере компаний США, стран ЕС и России. Выявляется степень влияния Интернета на глобальную экономику. Рассматриваются предпосылки создания интернет-магазинов. Описывается история возникновения интернет-магазинов в Соединенных Штатах Америки и в России. Выявляются тенденции развития электронной коммерции. Рассматриваются последствия появления первых интернет-магазинов. На основе заводов Toyota описывается влияние интернета на модернизацию производства. Описаны мероприятия, стимулирующие развитие мировой торговли. На основе британской компании «ASOS» выявляется влияние интернет-коммерции на глобальную экономику. Рассматривается влияние новых технологий на увеличение интернет-продаж. Выявляются тенденции развития интернет-коммерции Соединенных Штатов Америки, Великобритании и России на основе крупных интернет-компаний. Приводится статистика общих доходов и выручки крупных компаний с 2015 года по настоящее время. На основе выявленных данных исследуются тенденции развития интернет-торговли. Выявляются особенности ведения интернет-торговли в США, Великобритании и России, рассматриваются схожие и отрицательные черты. Формируются модели ведения предпринимательской деятельности западных стран и России. Сформированные модели сравниваются между собой, рассматриваются общие тенденции развития западной и российской модели ведения предпринимательской деятельности.

Ключевые слова: интернет-торговля, экономика, интернет, веб-технологии.

Информация для цитирования: Никулин Э. И., Польщиков К.А., Ломакин В.В. Сравнительный анализ развития интернет-торговли России, Великобритании и США // Научный результат. Экономические исследования. 2020. Т.6. № 1. С. 35-41. DOI: 10.18413/2409-1634-2020-6-1-0-4

**E.I. Nikulin,
K.A. Polschikov,
V.V. Lomakin**

**Comparative analysis of e-Commerce development
in Russia, Great Britain and USA**

Belgorod State National Research University
85 Pobedy St., Belgorod, 308015, Russia

e-mail:

Abstract

This article compares the development of e-Commerce on the example of companies in the US, EU countries and Russia. The degree of influence of the Internet on the global economy is revealed. The prerequisites for the creation of online stores are considered. The authors describe the history of online stores in the United States and Russia. Trends in the development of e-Commerce are revealed. The consequences of the appearance of the first online stores are considered. On the basis of Toyota plants, the impact of the Internet on the modernization of production is described. The activities stimulating the development of world trade are described. On the basis of the British company "ASOS", the authors reveal the impact of Internet Commerce on the global economy. The influence of new technologies on the increase of Internet sales is considered. Trends of development of Internet Commerce of the United States of America, Great Britain and Russia on the basis of large Internet companies are revealed. The statistics of total revenues and revenues of large companies from 2015 to the present are given. On the basis of the revealed data, the tendencies of development of Internet trade are investigated. The features of conducting Internet trade in the USA, Great Britain and Russia are revealed, similar and negative features are considered. Business models of Western countries and Russia are being formed. The formed models are compared among themselves, the general tendencies of development of the Western and Russian models of conducting business activity are considered.

Key words: e-Commerce, economy, Internet, WEB.

Information for citation: E.I. Nikulin, K.A. Polschikov, V.V. Lomakin (2020), "Comparative analysis of e-Commerce development in Russia, Great Britain and USA", *Research Result. Economic Research*, 6 (1), 35-41, DOI: 10.18413/2409-1634-2020-6-1-0-4

Введение

В настоящее время интернет является важным инструментом ведения предпринимательской деятельности. Возникновение Интернет-торговли открыло новые возможности как для производителей, так и для потребителей. Идея продавать товары онлайн позволила сделать огромный шаг в развитии информационных технологий и мировой экономики. Производство и продажа товаров и услуг новых фирм оптимизирована

под интернет-заказы и мощную логистическую систему, которая позволяет отправлять продукцию по всему миру, а услуги выполнять удаленно.

Новые интернет-магазины в США и развитых странах ЕС уже начали набирать темпы роста к тому времени, как в России они только начали создаваться. Данное явление повело за собой возникновение моделей ведения интернет-торговли в России и в странах Запада.

Актуальность данной темы исследования определяется необходимостью поиска дополнительных путей развития интернет-торговли в России с целью переключения денежных потоков на покупки россиян в иностранных интернет-магазинах на соответствующие российские магазины. Все это подразумевает, в том числе, проведение сопоставления особенностей ведения интернет-торговли в России и в западных странах, что в свою очередь, приводит к необходимости сравнительного анализа передовых интернет-компаний из США, Великобритании и России, а также выявление различий между ними.

Основная часть

5 июля 1994 года в Соединенных Штатах Америки Джеффом Безосом был создан первый интернет-магазин в мире: «Amazon», который открыл понятие «онлайн-шопинг». Сначала компания предназначалась для брокерской деятельности, но после перешла на идею онлайн-торговли [The Everything Store: Jeff Bezos and the Age of Amazon, 2014]. На данный момент «Amazon» является крупнейшим интернет-магазином в мире с капитализацией в 163 миллиарда долларов. Кроме данной компании существуют также следующие американские интернет-магазины: Ebay, Zappos, Walmart, которые имеют огромную долю продаж на мировом рынке.

Интернет позволил модернизировать производство сложных технических изобретений в Соединенных Штатах. К примеру, можно взять сборку автомобилей Toyota. Главным принципом ведения предпринимательской деятельности данной компании является бережливое производство. Соответствуя этому принципу, компания одна из первых в отрасли ввела компьютеризацию на каждом отделе сборочного конвейера. Сложная электронная система, которая посылает сигналы с одного цеха в другой, соединена передовыми веб-технологиями [The Evolution of a Manufacturing System at Toyota. NY, 2004]. Таким образом, компьютер анализирует запасы компании и управ-

ляет поставками сборочных материалов, что во много раз повысило эффективность производства. Сначала данные технологии были протестированы на заводе в Японии, после чего, они были установлены как на заводах Toyota в США, так и на предприятиях американского машиностроения [The Toyota Way, 2004].

В Соединенных Штатах Америки проводится большое количество мероприятий, которые стимулируют потребителей покупать больше товаров онлайн. К примеру, можно привести «Кибер понедельник», который был популяризирован подразделением Федерального надзора розничной торговли США. Он подразумевает под собой день, когда онлайн-магазины устраивают большие скидки и акции для своих покупателей. Данное событие из года в год бьет рекорды по выручке.

Интернет-компании принимают участие в создании новых технологий, которые также влияют на увеличение интернет-продаж. В 2019 году по оценке крупного финансового портала «eMarketer» потребители из США потратят 586,92 миллиона долларов на покупки в интернете. При этом, 45% будет занимать доля покупок, произведенных с помощью мобильных устройств. До 2021 года процент приобретений с помощью смартфонов достигнет 72,9 от общего показателя интернет-покупок [Global eCommerce: executive summary, 2019].

Помимо сказанного выше, к 2021 году планируется выход продвинутых голосовых ассистентов от таких компаний, как Amazon, Google, Apple и даже Facebook. Данные системы смогут заметно облегчить и ускорить покупки в Интернете, требуя лишь голосовое подтверждение.

Данное исследование показывает, что интернет-магазины США имеют стабильно высокие темпы развития, что подкрепляется специальными мероприятиями, новыми технологиями и изобретениями, которые позволяют потребителям существенно сократить время и усилия для совершения покупок в Интернете.

В качестве примера сверхуспешной адаптации к новой эре Интернета можно привести британскую компанию ASOS. Бренд запустил интернет-магазин в 2006 году и начал продавать свою одежду и обувь наравне с другими известными марками. Целевая аудитория компании определялась новым поколением «Миллениалов», что предрешило дальнейший высокий рост вы-

ручки. Поколение «Миллениалов» или «Поколение Y» — это группа людей, которые родились в период с 1986 по 1996 год. Создателями данной теории являются американские историки Уильям Штраусс и Нил Хоув.

Сейчас общий доход ASOS растет очень быстрыми темпами, что можно увидеть на рисунке 1.

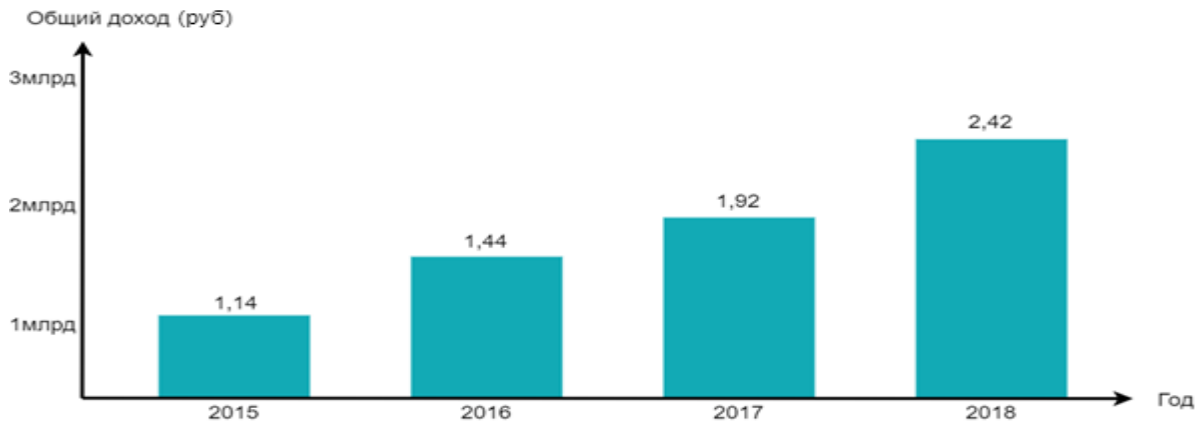


Рис. 1. Общий доход компании ASOS.
Fig. 1. Total income of the ASOS company

Как показывает статистика, компании ASOS удалось продать 107 миллионов единиц товаров: 6,8 миллионов футболок, 2,2 миллиона и 940 тысяч пар кроссовок и другие, менее популярные вещи [BURO: Бизнес на миллион: как устроен ASOS, 2019]. «Феномен ASOS» как нельзя лучше показывает влияние интернет-коммерции на современную экономику. Помимо ASOS, также есть успешные интернет-компании, которые ведут свою деятельность на мировом рынке: sportdirect, New Look и другие.

В стране так же присутствуют стимулирующие интернет-продажи мероприятия. «Кибер-понедельник», как и в США, бьет все рекорды по выручке.

Таким образом, крупные западные интернет-магазины формируют свою модель ведения предпринимательской деятельности. Так выявляются особенности интернет-рынка:

1. Проведение научных исследований и введение новых технологий, которые влияют на увеличение интернет-продаж;

2. Наличие стимулирующих интернет-продаж мероприятий, такие как «Черная пятница» и «Кибер понедельник»;

3. Направленность предпринимательской деятельности на мировой рынок.

На данном этапе, рынок интернет-торговли России представлен большим количеством развивающихся проектов, но при этом, в отличие от западных конкурентов, они не выходят на международный рынок, а действуют локально, охватывая только страны СНГ.

«Кибер-понедельник» дошел до России годами позже, однако не получил такой популярности, как в Соединенных Штатах. В 2017 году данному мероприятию эксперты прогнозировали большое будущее на фоне успешных продаж на сумму 3,7 миллиарда рублей. Однако, как показано на рисунке 2, до нынешнего года наблюдается существенный спад активности потребителей. Это явление вызвано следующими причинами:

1. Ухудшение экономической ситуации в стране

2. Попытки обмана покупателей со стороны ретейлеров. Товары со скидкой были заметно дороже, чем в обычный день, что привело к следующей причине;

3. Формирование недоверия потребителя к «Кибер-понедельнику». Потенциальные клиенты начали следить за ценами и ждать более выгодного времени для приобретения желаемого товара и услуги.

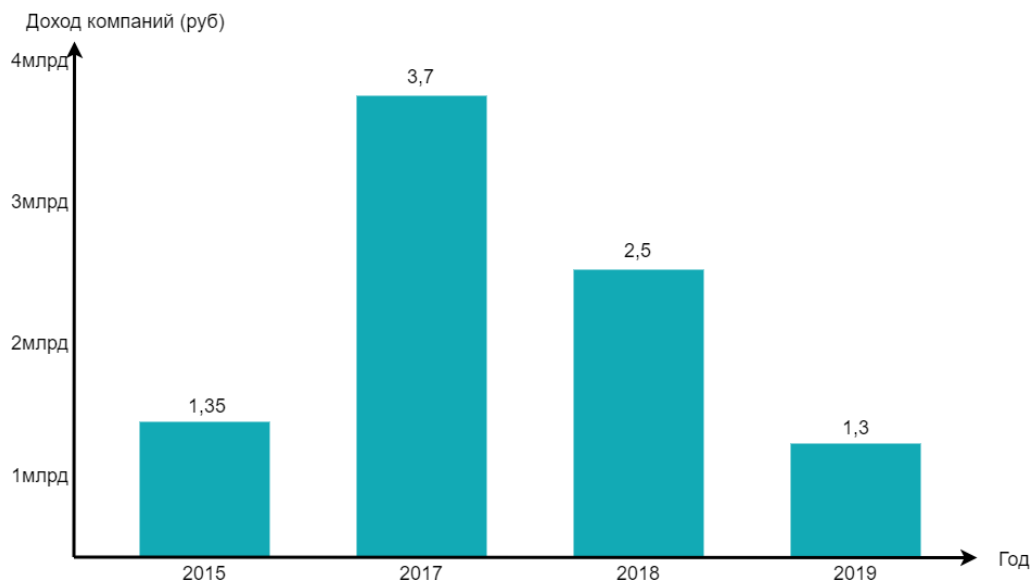


Рис. 2. Общие доходы компаний после «Кибер-понедельника».

Fig. 2. Total income of companies after «Cyber-Monday»

За последние несколько лет наблюдается рост выручки отечественных интернет-магазинов. Для определения показателей были выбраны 3 компании: 2 самые крупные интернет-площадки «Wildberries» и «citi-

link», третьим выбран интернет-магазин «Ozon.ru», который обладает самым высоким темпом роста выручки за 2 прошедших года (рис. 3).

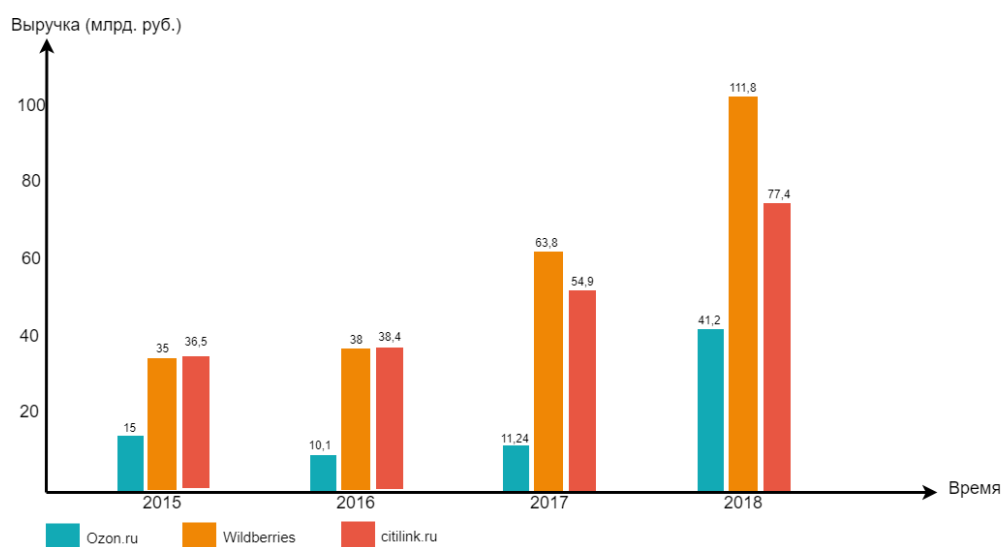


Рис. 3. Выручка крупных интернет-магазинов России

Fig. 3. Revenue of largest online shops in Russia

Однако, интернет рынок России содержит в себе и негативный опыт. К примеру, можно привести русский онлайн-ритейлер «Юлмарт». В 2018 году Арбитражный суд Санкт-Петербурга и Ленинградской области принял решение о признании компании банкротом, но не запретил проведение финансовых операций с поставщиками и покупателями [ТАСС, 2019].

За последние несколько лет отечественные интернет-ритейлеры идут по западному пути развития, несмотря на это, российские интернет-компании сформировали свою модель ведения предпринимательской деятельности в сети. Ее особенностями являются:

1. Цены на онлайн рынке в большинстве случаев ниже, чем на офлайн рынке;
2. Персональные скидки и специальные предложения, использование бонусного поощрения за приобретённые товары;
3. Интернет-магазины направляют свою деятельность в основном на страны СНГ, а не на мировой рынок.

Заключение

Общими чертами моделей ведения предпринимательской деятельности интернет-магазинов западных стран и России является наличие поощрительных программ для стимулирования роста интернет-продаж. К различиям между данными моделями являются: стремление интернет-магазинов увеличить выгоду, а не повысить качество взаимоотношений с покупателями; отсутствие выхода на мировой рынок со стороны российских компаний, отсутствие эффективных поощрительных мероприятий.

Сопоставление двух моделей показывает, что для успешной торговли в России интернет-компаниям необходимо разрабатывать собственные маркетинговые методики и ходы, улучшить качество связи с покупателем, а также расширить границы экономических интересов.

Список литературы

1. The Everything Store: Jeff Bezos and the Age of Amazon, 2014. / B.Stone – Back Bay Books, 2014: 386.
2. The Toyota Way, 2004 / J.Liker – University of Michigan, 2004: 400.
3. BURO: Бизнес на миллион: как устроен ASOS, 2019. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.buro247.ru/fashion/fashion-industry/biznes-na-million-kak-ustroen-asos.html>.
4. Global eCommerce: executive summary, 2019 [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.emarketer.com/content/us-ecommerce-2019>.
5. ТАСС: Совладельцу «Юлмарта» Васинкевичу не удалось оспорить свое банкротство в суде, 2019 [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/5931015>.
6. Десять трендов онлайн-ритейлинга в 2019-2020 годах. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://vc.ru/trade/59300-desyat-trendov-onlayn-riteyla-na-2019-2020-gody>.
7. Facebook is working on a voice assistant to rival Amazon Alexa and Apple Siri, 2019 [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.cnbc.com/2019/04/17/facebook-building-voice-assistant-to-rival-amazon-alexa-and-apple-siri.html>.
8. The Evolution of a Manufacturing System at Toyota. NY, 2004 / T.Fujimoto, 2004: 397.

References

1. The Everything Store: Jeff Bezos and the Age of Amazon, 2014. / B.Stone – Back Bay Books, 2014: 386.
2. The Toyota Way, 2004 / J. Liker – University of Michigan, 2004: 400.
3. BURO: Business in a million: how ASOS works, 2019. [Electronic resource] access Mode: <https://www.buro247.ru/fashion/fashion-industry/biznes-na-million-kak-ustroen-asos.html>.
4. Global eCommerce: executive summary, 2019 [Electronic resource] access Mode: <https://www.emarketer.com/content/us-ecommerce-2019>.
5. TASS: the co-Owner of "Yulmart" Vasinkevich failed to challenge his bankruptcy in court, 2019 [Electronic resource] access Mode: <https://tass.ru/ekonomika/5931015>.
6. Ten trends in online retailing in 2019-2020. [Electronic resource] access Mode: <https://vc.ru/trade/59300-desyat-trendov-onlayn-riteyla-na-2019-2020-gody>.

7. Facebook is working on a voice assistant to rival Apple and Amazon's Alexa, Siri, 2019 [Electronic resource] Mode of access: <https://www.cnbc.com/2019/04/17/facebook-building-voice-assistant-to-rival-amazon-alexa-and-apple-siri.html>.

8. The Evolution of a Manufacturing System at Toyota. NY, 2004 / T.Fujimoto, 2004: 397.

Информация о конфликте интересов: авторы не имеют конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: the author has no conflict of interest to declare.

Никулин Э.И., студент 3 курса Институт инженерных и цифровых технологий НИУ «БелГУ», (г. Белгород, Россия)

Nikulin E.I., 3rd year Student, Institute of Engineering and Digital Technologies, NRU "BelSU", (Belgorod, Russia)

Польщиков К.А., д.т.н., директор института инженерных и цифровых технологий НИУ «БелГУ», (г. Белгород, Россия)

Polschikov K.A., Doctor of Technical Sciences, Director of the Institute of Engineering and Digital Technologies OF NRU "BelSU", (Belgorod, Russia)

Ломакин В.В., к.т.н., заведующий кафедрой прикладной информатики и информационных технологий НИУ «БелГУ», (г. Белгород, Россия)

Lomakin V.V., Ph. D., Head of the Department of Applied Informatics and Information Technologies OF NRU "BelSU", (Belgorod, Russia)