

канд. экон. наук, доцент

Л.Н. Кравченко,

магистрант

Ю.Л. Целых

Белгородский государственный

технологический университет

им. В.Г. Шухова

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО СПРОСА НА КРУПНЕЙШИХ МИРОВЫХ ТОРГОВЫХ ОНЛАЙН-ПЛОЩАДКАХ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ COVID -19

В настоящее время Россия, как и большинство мировых держав, столкнулась с одним из крупнейших потрясений последних десятилетий – пандемией коронавируса.

Пандемия Covid-19 привела во всем мире к фундаментальному сдвигу роста потребительского спроса на онлайн-покупку товаров в результате введения ограничительных мер, режима карантина и социального дистанцирования.

Ранее уже наблюдалось увеличение активности компаний по продвижению и развитию своего бренда в сети, однако в результате пандемии данная тенденция стала еще более динамичной. Этот процесс является вполне закономерным поскольку, меры, применяемые для борьбы с распространением Covid-19, привели к тому, что многие компании начали намного чаще использовать интернет-торговлю как единственную возможность выживания в условиях ограничений.

Многочисленные исследования показывают, что в ближайшее время прогнозируется еще более значительный рост интернет-торговли. По оценкам большинства ведущих экспертов, можно сделать вывод о том, что к 2023 году объемы продаж в области eCommerce приблизятся к отметке в 6,5 трлн. долларов, в сопоставлении с 2019 годом эта цифра составляла всего 3,5 трлн.

Самый большой скачок рынка интернет-магазинов произошёл в России – объемы онлайн-торговли увеличились на 58% и за 2020 год составили \$ 37 млрд. По ранее представленным прогнозам считалось, что в РФ к 2024 году данное направление торговли вырастет до 5,6 трлн., однако теперь речь идет о росте до 7,2 трлн.

При этом увеличение прибыли интернет-магазинов в Соединенных Штатах Америки составило 68% по сравнению с аналогичным периодом допандемийного года.

Рассмотрим более подробно рост покупательской активности на примере крупнейших мировых и российских онлайн маркет-плейсах, таких как: Amazon, eBay, Alibaba, Ozon.

Глобальные продажи крупнейшей мировой торговой онлайн – площадки Amazon увеличились на 26% за первый квартал 2020 г. За финансовый 2020 год, который закончился 31 марта, Amazon получил чистую прибыль в размере 26,9 млрд. \$. Market Watch сообщает о том, что эта прибыль – исторический рекорд, она выше суммарных показателей за три года до начала пандемии.

За первый квартал 2021 года чистая прибыль торговой онлайн-площадки выросла до 8,1 миллиарда долларов по сравнению с 2,5 млрд. за аналогичный период предыдущего года. Выручка увеличилась на 44 процента и достигла 108 миллиардов долларов.

В табл. 1 представлены фактические значения основных финансовых показателей компании Amazon с 2019 по 2021гг., а также их прогноз до 2023 года.

Таблица 1

**Значения основных показателей компании Amazon
в 2019-2023гг., в млн \$**

Показатель	2019г.	2020г.	2021г.	2022г.	2023г.
Выручка	280 522	386 064	491 821	580 189	672 045
ЕБИТДА	43 395	57 283	76 248	94 396	115 521
ROE	21,95%	27,44%	25,60%	24,20%	25,61%
Чистая прибыль	11 588	26 931	28 394	37 751	50 615

Исходя из данных, представленных в табл. 1, видно, что выручка компании увеличилась на 211 299 млн \$ за период с 2019 по 2021гг., то есть практически в два раза. Прогнозный показатель к 2023 году составляет 672 045 млн \$, что указывает на то, что он будет продолжать расти и к 2023 году ее значение увеличится на 391 523 млн \$. Остальные показатели также имеют тенденцию роста, при этом прогнозируемая чистая прибыль к 2023 году составит 50 615 млн \$.

Значения основных показателей компании eBay – одной из крупнейших онлайн-площадок в США в 2019-2023гг. представлены в табл. 2.

Таблица 2

**Значения основных показателей компании eBay в 2019-2023гг.,
в млн \$**

Показатель	2019г.	2020г.	2021г.	2022г.	2023г.
Выручка	8 636	10 271	11 857	13 415	14 025
ЕБИТДА	1 749	3 420	4 225	5 137	5 684

ROE	41,33%	151,44%	88,07%	81,54%	79,25%
Чистая прибыль	1 786	5 667	6 587	7 283	8 552

Указанные в табл. 2 данные свидетельствуют о том, что чистая прибыль eBay по итогам 2020 года составила 5667 млн \$, что по сравнению с показателем 2019 года выше в 3,1 раза. \$\$. Выручка eBay увеличилась на 15% – до 10 271 млн \$.

При этом из представленной отчетности компании следует, что по состоянию на 31 декабря 2020 года число активных покупателей возросло на 7% и составило 185 миллионов человек.

В это же время одна из самых крупнейших мировых торговых онлайн-площадок Alibaba сообщила о 22% увеличении доходов за первый квартал 2020 года на фоне роста числа интернет-заказов во время пандемии Covid-19 в Китае и во всем мире.

Аудитория пользователей розничных сервисов Alibaba за один год достигла 960 млн. по всему миру, из них 780 млн. в Китае и 180 млн. в других странах. За 12 месяцев показатель числа пользователей внутри страны вырос на 72 млн.

В табл. 3 представлены экономические показатели онлайн-площадки Alibaba по итогам 2019-2020гг, а также прогноз до 2023г.

Таблица 3

**Значения основных показателей компании Alibaba
в 2019-2023гг., в млн \$**

Показатель	2019г.	2020г.	2021г.	2022г.	2023г.
Выручка	43 194	71 990	91 100	93 415	96 287
EBITDA	14 030	18 985	21 000	21 989	22 053
ROE	16,53%	19,16%	15,24%	16,25%	16,79%
Чистая прибыль	17 898	19 821	20 598	21 159	22 058

Чистая прибыль Alibaba по итогам 2019-2020 финансового года увеличилась в 1,7 раза и возросла до 19 821 млн \$. Выручка Alibaba составила 71,99 млн \$.

Alibaba Group Holding lftn дает прогноз, что выручка за 2021 финансовый год превысит 91,1 млн \$. Данная тенденция обусловлена тем, что внутреннее потребление Китая восстанавливается после сбоя, вызванных пандемией коронавируса, и все большее количество предприятий перейдут на цифровые операции.

Одним из лидеров рынка интернет-торговли в России – маркетплейс выступает Ozon. Его выручка, по данным исследовательского агентства Infoline, составила 2 трлн рублей в 2019 году. По информации, ранее

опубликованной данным агентством, можно заключить, что компания растёт быстрее рынка: за январь-сентябрь 2020-го eCommerce в России выросла на 41%, а оборот Ozon - на 142%.

Однако, несмотря на высокий всплеск потребительской активности на фоне ограничений, связанных с короновирусной инфекцией, в ближайшей перспективе Ozon продолжит нести убытки из-за высоких инвестиций в рост компании, сохранения базы покупателей, совершенствования платформы, развития логистики и фулфилмента, запуска новых сервисов.

В табл. 4 представлены основные экономические показатели онлайн-площадки Ozon по итогам 2019-2020гг., а также прогноз ее развития до 2023г.

Несмотря на то, что маркетплейс Ozon все еще несет убытки, наблюдается значительный прирост выручки в 2020 году по сравнению с 2019 годом. Прогнозные значения также демонстрируют рост к 2023 году, что, в свою очередь, свидетельствует о том, что eCommerce в России (на примере Ozon) имеет положительную тенденцию развития на ближайшую перспективу.

Таблица 4

**Значения основных показателей компании Ozon в 2019-2023гг.,
в млн \$**

Показатель	2019г.	2020г.	2021г.	2022г.	2023г.
Выручка	821	1 426	1 897	2 098	2 598
EBITDA	- 0,22	- 0,16	-0,17	-0,15	-0,13
ROE	-23,7%	-28.1%	-31.7%	-29,7%	19,8%
Чистая прибыль	-264	-304	- 254	-158	-104

В целом, объем рынка розничной интернет-торговли России составил 33,6 трлн рублей в 2019 году и стал четвертым по величине в Европе. Прогнозируется, что к 2025 году объем данного рынка достигнет 46,2 трлн рублей.

Проведенные исследования показывают, что рынок электронной коммерции в России в настоящее время растет ускоренными темпами, однако, тем не менее пока находится на ранней стадии развития с уровнем проникновения 6%. В 2019 году 33 млн россиян совершали покупки при помощи онлайн-площадок, а это всего 22% населения страны. Вместе с тем, планируется, что этот показатель достигнет 50% в 2024 году.

В тоже время, несмотря на значительный рост онлайн-торговли, Россия значительно уступает крупнейшим мировым рынкам. Если рассматривать объемы eCommerce на душу населения, то РФ занимает далеко не самое первое место. В Южной Корее этот показатель равен \$ 2 393, в,

Японии – \$ 1 479, Великобритании – \$ 1 990, в Германии – \$ 1 111, в США – \$ 1 141, что в несколько десятков раз больше чем в России – всего \$ 19.

В табл. 5 приведены важнейшие экономические показатели, представленных выше лидеров рынка интернет–торговли.

Таблица 5

**Экономические показатели по выбранным торговым
онлайн-площадкам**

Компания	Страна	Рыночная капитализация (млрд \$)	EV/ЕВITDA FY2021
Amazon	США	1 609	21,42
eBay	США	41,8	10,75
Alibaba	Китай	595,2	18,87
Ozon	Россия	11,2	-48,7

На текущий момент самые высокие показатели у интернет-площадки Amazon. Ее EBITDA и рыночная капитализация в разы превышает показатели eBay и Ozon. Также большие значения у онлайн-сервиса Alibaba, который продолжает свой активный рост и в настоящее время.

Опрос потребителей и производителей от компании IBM показал, что в результате пандемии Covid-19 бизнес оказался в совершенно иной реальности. Возросло доверие к современным технологиям, ускорилась цифровая трансформация (более 60% компаний), что позволило быстро провести реорганизацию бизнеса (около 65% опрошенных руководителей).

При этом на 2021–2022гг. в АКИТ прогнозируется рост российского сектора e-commerce на уровне 16%.

В заключении следует отметить, что пандемия COVID-19 дала бизнесу новый опыт и перспективы для роста. При этом использование современных направлений информационно-коммуникационных технологий в различных сферах экономики, в том числе и розничной торговле, позволит предпринимателям осуществлять свою деятельность непрерывно и с минимальными потерями.

Глобальный характер пандемии и ее влияние на мировую торговлю, включая прирост доли электронной торговли, в будущем будет способствовать укреплению международного сотрудничества и дальнейшей разработке единых регламентов покупок и поставок с помощью Интернет.

Реалии текущего кризиса показали, что eCommerce может стать наиболее эффективным инструментом для потребителей, а также будет являться экономическим двигателем как внутреннего роста экономики, так и всего международного товарооборота.

Библиографический список

1. Кравченко Л.Н., Лесковец В.Н. Социальные сети как эффективный инструмент продвижения организации в цифровой экономике. Белгородский экономический вестник. 2019. № 2 (94). С. 3–9.
2. Кравченко Л.Н., Шевченко М.В. Развитие экономического анализа в условиях цифровой экономики // Белгородский экономический вестник. 2021. № 2 (102). С.130–136.
3. Слабинская И.А., Кравченко Л.Н. Анализ финансовой отчетности: учеб. пособие. Белгород: Изд-во БГТУ, 2017. 309 с.
4. Слабинская И.А., Кравченко Л.Н. Прогнозирование банкротства как метод оценки экономической безопасности организаций // Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. 2017. № 8. С. 195–199.
5. Рынок интернет-торговли в России: результаты I полугодия 2020 года / Ассоциация компаний интернет торговли. URL: <https://akit.ru/wp-content/uploads/2020/10/Аналитика-АКИТ-1Н2020-сжатый.pdf> (дата обращения: 20.08.2021).
6. Рынок интернет-торговли в России: итоги 2020 года / Ассоциация компаний интернет торговли. URL: <https://akit.ru/wp-content/uploads/2021/02/Аналитика-АКИТ-2020.pdf> (дата обращения: 27.09.2021).
7. Рынок ecommerce: прогноз роста 2020–2024 / DataInsight. URL: [https:// datainsight.ru/sites/default/files/DI_eCommerce2020_2024.pdf](https://datainsight.ru/sites/default/files/DI_eCommerce2020_2024.pdf) (дата обращения: 20.09.2021).
8. COVID-19 and the future of business / IBM. URL: <https://www.ibm.com/thought-leadership/institute-business-value/report/covid-19-future-business> (accessed: 24.09.2021).
9. Declaration on Global Electronic Commerce, Adopted on 20 May 1998 // Ministerial Conference, Secon Session, Geneva, 18 and 20 May 1998, WT/MIN (98)/DEC/2, 25 May 1998, (98-2148). URL: http://www.wto.org/english/tratop_e/ecom_e/wkprog_e.htm (accessed: 20.10.2021).
10. E-commerce, trade and the COVID-19 pandemic/ WTO. URL: https://www.wto.org/english/tratop_e/covid19_e/ecommerce_report_e.pdf (accessed: 09.10.2021).
11. E-commerce in the pandemic and beyond / V. Alfonso, C. Boar, J. Frost, L. Gambacorta, J. Liu // BIS Bulletin. 12.01.2021. № 36. URL: <https://www.bis.org/publ/bisbull36.pdf> (accessed: 08.11.2021).