

УДК 339.178

**ГЛОБАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ И НАЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ
РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В УСЛОВИЯХ
ЦИФРОВИЗАЦИИ**

Лысова Е.А.,

к.э.н, доцент,

ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет»,

Киров, Россия

Ермолин В.М.

магистрант,

ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет»,

Киров, Россия

Аннотация

В статье проведён комплексный анализ современных тенденций развития электронной коммерции (e-commerce) на основе синтеза ключевых выводов исследований. Рассмотрены технологические драйверы трансформации: искусственный интеллект, большие данные, блокчейн и многоканальные платформы, исследовано влияние цифровизации на поведение потребителей, логистику, международную торговлю и формирование новых бизнес-моделей. Особое внимание уделено аспектам устойчивого развития, регуляторным вызовам и социально-экономическим последствиям, включая вопросы инклюзивности, гендерного равенства и защиты данных. На основе сравнительного анализа выявлены общемировые тренды и специфика адаптации цифровых практик в российских реалиях. Сделан вывод о необходимости формирования сбалансированной экосистемы, интегрирующей технологические инновации, клиентоориентированность и

эффективное регулирование для достижения устойчивого роста цифровой экономики.

Ключевые слова: электронная коммерция, цифровая экономика, искусственный интеллект, поведение потребителей, цифровая трансформация, устойчивое развитие, бизнес-модели, международная торговля, регулирование, российский рынок e-commerce.

GLOBAL TRENDS AND NATIONAL CHARACTERISTICS OF E-COMMERCE DEVELOPMENT IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION

Lysova E.A.,

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,

Vyatka State University,

Kirov, Russia

Ermolin V.M.,

Master's Student,

Vyatka State University,

Kirov, Russia

Annotation

The article provides a comprehensive analysis of current trends in the development of e-commerce based on a synthesis of key findings from international and Russian studies. Technological drivers of transformation are examined, including artificial intelligence, big data, blockchain, and multichannel platforms. The impact of digitalization on consumer behaviour, logistics, international trade, and the formation of new business models is investigated. Particular attention is paid to aspects of sustainable development, regulatory challenges, and socio-economic implications, including issues of inclusivity, gender equality, and data protection.

Through comparative analysis, global trends and the specifics of adapting digital practices to the Russian context are identified. The study concludes that there is a need to build a balanced ecosystem that integrates technological innovation, customer orientation, and effective regulation to achieve sustainable growth of the digital economy.

Keywords: e-commerce, digital economy, artificial intelligence, consumer behaviour, digital transformation, sustainable development, business models, international trade, regulation, Russian e-commerce market.

Цифровая трансформация глобальной экономики, ускоренная пандемией COVID-19, привела к переосмыслению традиционных моделей ведения бизнеса и взаимодействия с потребителем. Электронная коммерция перестала быть альтернативным каналом сбыта, превратившись в центральный элемент новой экономической парадигмы [8]. Этот переход характеризуется не только ростом транзакций, но и глубокой перестройкой цепочек создания стоимости, логистических систем, маркетинговых коммуникаций и регуляторных подходов [4, 10].

Вопросам цифровизации коммерции посвящены работы следующих авторов: Айбек К.Н., Солтобаева М.Э., Беляев Э. И., Чайкина Е. В., Бинг Юй, Доронин Г. И., Курилов Б. Н., Хочуев А. А., Ин Сюн, Ли Ци, Майе Эльнир, Салахова А. В.

Сравнительный и системный анализ подходов, представленных в ключевых научных работах на основе метода концептуального обобщения, классификации и синтеза для построения целостной картины трансформации отрасли позволил определить технологические факторы, определяющие тренды, а также направления эволюции потребительского поведения и новые

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

бизнес-модели торговли, совершенствование логистики и управление цепями поставок.

Современная электронная коммерция развивается под влиянием нескольких прорывных технологий, формирующих новую цифровую экосистему: искусственный интеллект, иммерсивные технологии, блокчейн и кибербезопасность, многоканальность и омниканальность.

Искусственный интеллект и большие данные стали краеугольным камнем персонализации и прогностической аналитики. Как отмечают Курилов Б.Н. [5] и Ли Ци [8], ИИ применяется для:

- гиперперсонализации: анализ поведения пользователей в реальном времени и формирования индивидуальных рекомендаций, что напрямую влияет на конверсию и средний чек [7];

- оптимизации операций: управление складскими роботами, прогнозирования спроса, динамического ценообразования и автоматизации службы поддержки через чат-боты [3, 6];

- повышения безопасности: выявление мошеннических транзакций и усиления защиты данных [3, 9].

Иммерсивные технологии (VR/AR) революционизируют клиентский опыт, устраняя ключевой недостаток онлайн-шопинга – невозможность «примерить» товар. Виртуальные примерочные и 3D-визуализация продуктов повышают уверенность потребителя и снижают уровень возвратов [5].

Блокчейн и кибербезопасность приобретают критическую важность для построения доверия. Технология блокчейн обеспечивает прозрачность и неизменность цепочек поставок, помогая бороться с контрафактом [5, 8], акцентирование на разработке комплексных регуляторных рамок для защиты данных потребителей, электронных подписей и управления цифровыми правами [9].

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

Многоканальность и омниканальность стирают границы между онлайн- и офлайн-средами. Успешные ритейлеры создают единый клиентский опыт, интегрируя сайты, мобильные приложения, социальные сети и физические точки присутствия [6, 8]. Это требует сложной аналитики данных для отслеживания клиентского пути на всех этапах.

Изменение рынка влияет на эволюцию потребительского поведения и формирует новые бизнес-модели.

Цифровая среда коренным образом изменила психологию и паттерны покупок. Основными векторами действий покупателей являются:

- переход от транзакции к опыту. Современный потребитель, особенно молодежь [7], ценит не просто товар, а целостный цифровой опыт: удобство, скорость, персонализацию и развлечение. Пандемия закрепила эту модель, ускорив переход даже консервативных групп покупателей в онлайн [5];

- влияние социальных медиа и eWOM (электронное сарафанное радио). Решения о покупке всё чаще принимаются под влиянием лидеров мнений (KOL), пользовательских обзоров и контента в социальных сетях [3, 10]. Это переводит маркетинг в плоскость построения доверительных отношений и управления репутацией бренда в цифровой среде;

- рост осознанности и запрос на устойчивость. Потребители уделяют всё больше внимания этическим и экологическим аспектам: экологичной упаковке, углеродно-нейтральной доставке, социальной ответственности брендов [5, 9]. Это заставляет компании пересматривать цепочки поставок и коммуникационные стратегии;

- трансформация бизнес-моделей. В ответ на эти вызовы компании переходят от классических B2C/C2C моделей к сложным экосистемам. Кейс Amazon, рассмотренный Дорониным Г.И. [4], демонстрирует эволюцию от онлайн-ритейлера к поставщику комплексных услуг (логистика, стриминг, облачные технологии), где данные клиента становятся ключевым активом.

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

Современные цифровые подходы позволяют эффективно управлять цепями поставок за счет инновационных инструментов логистики.

Эффективная логистика является критическим условием успеха в e-commerce. Исследования показывают её переход от функции к интегрированной, технологичной и устойчивой системе. Основными инновационными подходами управления логистикой в торговле выступают:

- автоматизация и роботизация складов, использование дронов и автономного транспорта сокращают время обработки заказов и операционные издержки [1, 8];

- реализация «зеленой» логистики. «Зелёная» логистика становится конкурентным преимуществом. Оптимизация маршрутов, использование электромобилей и перерабатываемой упаковки не только снижают экологический след, но и соответствуют запросам сознательных потребителей [1, 9];

- устойчивость и адаптивность цепочек поставок. Пандемия и геополитическая напряжённость выявили уязвимость глобальных сетей. В ответ компании диверсифицируют поставщиков, внедряют технологии блокчейн для отслеживаемости и создают региональные логистические хабы [8].

Цифровизация коммерции предполагает развитие макроэкономического и регуляторного контекста.

Электронная коммерция стала мощным фактором, изменяющим структуру международной торговли и требующим новых подходов к регулированию. Основные тренды проявляются в следующих направлениях:

- влияние на международную торговлю. Цифровые платформы дали малым и средним предприятиям (МСП) прямой доступ к глобальным рынкам, способствуя диверсификации мировой экономики [8]. Однако параллельно идёт процесс «деглобализации» цифрового пространства, Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

выражающийся в требованиях локализации данных и цифровом протекционизме [9];

- наличие проблемы регулирования. Отсутствие единых глобальных правил цифровой торговли (переговоры в ВТО зашли в тупик) компенсируется ростом числа региональных торговых соглашений (РТС) с главами об электронной коммерции (например, CPTPP, USMCA, DEPA) [9]. Ключевые дискуссии ведутся вокруг следующих проблем: потоков данных и локализации: баланс между свободным движением данных и национальной безопасностью; налогообложения: проблема налогообложения трансграничных цифровых услуг; защиты прав потребителей и МСП: создание равных условий конкуренции;

- присутствие социальная инклюзивность. Исследования подчёркивают, что блага цифровой экономики распределены неравномерно. Существуют риски маргинализации уязвимых групп (женщин, населения сельских районов, малого бизнеса в развивающихся странах) из-за цифрового разрыва, нехватки навыков и ограниченного доступа к финансам [9]. Успешные регуляторные инициативы (как в DEPA) включают специальные положения по наращиванию потенциала и цифровой инклюзии.

Цифровизация экономики носит глобальный характер и характерна для всех отраслей. Эффективность реализации цифровых инструментов предполагает необходимость учета особенностей сфер деятельности рыночных субъектов.

Анализ работ российских авторов (Доронин Г. И., Курилов Б. Н., Хочуев А. А., Салахова А. В.) позволяет выделить особенности развития e-commerce в России:

-динамичный рост на фоне структурных изменений. Российский рынок продемонстрировал уверенный рост до 2022 года, превысив объём в 1 трлн рублей [8]. Ключевыми драйверами были рост проникновения интернета, Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

развитие безналичных платежей и адаптация бизнеса. После 2022 года рынок претерпел значительную трансформацию: уход международных платформ, переориентация логистических цепочек и импортозамещение в сегменте IT-решений [5, 7];

- развитие отечественных технологических решений. Наблюдается активное развитие и внедрение российских платформ для e-commerce (AdvantShop, InSales, [Storeland.ru](https://storeland.ru)), систем аналитики и платежных сервисов [7]. Акцент делается на безопасность, функциональность и соответствие локальным регуляторным требованиям (ФЗ-152, законы о маркировке);

- совершенствование конкурентной среды и запрос на качество. Российский потребитель стал более требовательным к скорости доставки (развитие модели same-day delivery), качеству сервиса и персонализации [5, 6]. Это усиливает конкуренцию и вынуждает компании инвестировать в технологии и клиентский опыт;

- наличие регуляторных вызовов. Российское законодательство в области цифровой торговли находится в стадии активного формирования, что создаёт как риски, так и возможности для бизнеса. Ключевыми направлениями являются регулирование агрегаторов, защита персональных данных, развитие цифровых финансовых активов и налогообложение онлайн-продаж.

Проведённый анализ трендов трансформации электронной коммерции позволяет сделать следующие выводы:

1. Технологическая конвергенция (ИИ, Big Data, блокчейн, IoT) формирует новую архитектуру электронной коммерции, где ключевыми активами становятся данные, а ключевой ценностью – персонализированный клиентский опыт.

2. Потребитель эволюционировал из пассивного покупателя в активного участника цифровой экосистемы, чьи решения определяются

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

комплексом факторов: удобством, доверием, социальной ответственностью и цифровым опытом.

3. Логистика трансформируется в высокотехнологичную, устойчивую и адаптивную систему, являющуюся стержнем конкурентного преимущества, а не просто статьёй издержек.

4. Электронная коммерция стала глобальным макроэкономическим фактором, перекраивающим карту международной торговли и требующим скоординированных международных регуляторных усилий для решения вопросов налогообложения, безопасности данных и обеспечения инклюзивного роста.

5. Российский рынок e-commerce, пройдя этап бурного роста, вступил в фазу структурной зрелости и импортозамещения, развиваясь в русле общемировых трендов, но с учётом уникальных геополитических и регуляторных условий.

Перспективы дальнейших исследований видятся в углублённом изучении социально-экономических последствий цифровизации торговли, разработке методологии оценки устойчивости цифровых цепочек поставок, а также в сравнительном анализе эффективности различных национальных регуляторных моделей в условиях фрагментации глобального цифрового пространства.

Библиографический список

1. Айбек К.Н., Солтобаева М.Э. Инновации и тенденции развития электронной коммерции // elibrary. – 2024. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=65664201> (дата обращения:)
2. Беляев Э. И., Чайкина Е. В. Инновации и тенденции развития электронной коммерции // Хроноэкономика. – 2019. – №2.- С.45. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=37294099>

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

3. Бинг Юй Прикладные исследования технологий электронной коммерции с точки зрения исследований коммуникации // Inventorus. – 2024. URL: <https://platform.inventorus.ru/publication/ffda2ce4051026a179c1de5afe915f885be8cdf8b0d2029b62cd8745fe06d9c3>
4. Доронин Г. И. Инновация бизнес-моделей в электронной коммерции // В сб. Актуальные вопросы экономики. – 2021. – С.66-68 URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=45653412>
5. Курилов Б. Н. Будущее электронной коммерции: тренды, инновации и потребительский спрос // elibrary. – 2024. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=67055163>
6. Хочуев А. А. Инновации в сфере электронной коммерции // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. – 2019. - №5. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=41418878>
7. Ин Сюн. Влияние искусственного интеллекта и цифровой экономики на поведение потребителей при онлайн-шопинге и изменения на рынке // Inventorus. – 2022. URL: <https://platform.inventorus.ru/publication/582a9ef1bb67851cc4aee0f57ff96afb899651c512fee644139197f823a05bab>
8. Ли Ци. Международная торговля в цифровой экономике: Как технологические инновации трансформируют глобальные рынки // Inventorus. – 2024. URL: <https://platform.inventorus.ru/publication/e79e69df048f094543cd93158dbba2d27f007e36cf5e351ad52b540a63d93785>
9. Майе Эльнир. Электронная коммерция как инструмент для достижения универсальных устойчивых целей // Inventorus. – 2023. URL:

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

<https://platform.inventorus.ru/publication/a018313b999b4a33c213f6ebdde1a0b95a3c702d94cbd1e3fb44fe2866d31e49>

10. Салахова А. В. Тренды в электронной коммерции, включая адаптацию и инновации в покупательском опыте // eLibrary. – 2025.
URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=83017665>