

Современное состояние и перспективы развития международной оптовой торговли на рынке e-commerce под влиянием крупных ритейлеров

В. Киселис

Генеральный директор
МБ ДИДМИТ,
Вильнюс, Литва,
v.kiselis@gmail.com

Аннотация: Международная оптовая торговля обладает значительным потенциалом развития при организации новых механизмов взаимодействия с применением средств электронной коммерции. Электронная коммерция становится инструментом снижения издержек по трансграничным торговым операциям, предоставляя колоссальные возможности в организации торговой деятельности в секторе B2B. В частности, электронная коммерция на международном уровне позволяет преодолеть традиционные барьеры трансграничной торговли, повысить управляемость бизнес-процессов и изменить подходы к формированию цепочек создания добавленной стоимости. В статье выделяется, что деятельность крупных ритейлеров в вышеуказанном направлении обладает аккумулирующим влиянием и при целенаправленной системной организации позволит создать единую бизнес-инфраструктуру для функционирования электронной коммерции на уровне B2B сегмента. Подчеркивается, что в долгосрочной перспективе данные процессы способны оказать значительное воздействие на состояние сферы торговли в стране в целом, стимулируя активность и воспроизводственный эффект.

Ключевые слова: электронная коммерция, оптовая торговля, трансграничная торговля, развитие оптовой торговли, инструменты электронной коммерции.

Для цитирования: Киселис В. Современное состояние и перспективы развития международной оптовой торговли на рынке e-commerce под влиянием крупных ритейлеров. Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2023. Т. 22. № 4. С. 113–119. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2023-22-4-113-119>.

Current state and prospects for the development of international wholesale trade in the e-commerce market under the influence of large retailers

V. Kiselis

CEO
MB DIDMIT,
Vilnius, Lithuania,
v.kiselis@gmail.com

Abstract: International wholesale trade has significant development potential when organizing new mechanisms of interaction using e-commerce. E-commerce is becoming a tool for reducing costs for cross-border trade operations, providing enormous opportunities for organizing trade activities in the B2B sector. In particular, e-commerce at the international level makes it possible to overcome traditional barriers to cross-border trade, increase the manageability of business processes and change approaches to the formation of value chains. The article highlights that the activities of large retailers in the above direction have an accumulating influence and, with a targeted systemic organization, will create a unified business infrastructure for the functioning of e-commerce at the B2B segment level. It is emphasized that in the long term, these processes can have a significant impact on the state of trade in the country as a whole, stimulating activity and the reproductive effect.

Keywords: e-commerce, wholesale trade, cross-border trade, development of wholesale trade, e-commerce tools.

For citation: V. Kiselis. Current state and prospects for the development of international wholesale trade in the e-commerce market under the influence of large retailers. Scientific notes of the Russian academy of entrepreneurship. 2023. T. 22. № 4. P. 113–119. <https://doi.org/10.24182/2073-6258-2023-22-4-113-119>.

Электронная коммерция (e-commerce) как глобальный тренд современности определяет комплексное развитие сферы торговли, предоставляя универсальный инструментарий для управления бизнес-процессами и осуществления торговых операций. Инфраструктура электронной

коммерции обеспечивает удобное взаимодействие между сторонами сделки (продавец и покупатель), позволяет нивелировать традиционные барьеры, связанные с размещением бизнеса, присутствием компании на конкретном локальном рынке, коммуникацией и т. д., более того, обладает значительной перспективой масштабирования эффекта и стимулирования трансграничных торговых операций. Благодаря привязке к современным технологиям и аппаратным решениям, электронная коммерция все более интенсивно проникает в сферу оптовой торговли, намечая значительные перспективы роста и повышения оборота, управляемости осуществляемых торговых операций на международном уровне.

Затрагивая сферу международной оптовой торговли, выделим значительный потенциал рынка электронной коммерции для торговли товарами или услугами. Специфические особенности B2B рынков определяют дополнительные возможности в организации оптовой торговли посредством электронной коммерции. Несмотря на то, что сегодня рынок электронной коммерции по большей части сконцентрирован на B2C сегменте, вероятными видятся сценарии более интенсивного проникновения соответствующего инструментария в B2B сегмент, с перспективой улучшения доступных решений и преодоления существующих на текущем этапе проблем. Говоря про развитие электронной коммерции в сфере международной оптовой торговли (B2B сегмент в трансграничных операциях), отметим высокую роль деятельности крупных ритейлеров, как гигантов, обладающих возможностями развивать необходимую инфраструктуру.

Цель исследования — охарактеризовать современное состояние и уточнить перспективы развития международной оптовой торговли на рынке e-commerce под влиянием крупных ритейлеров.

Развитие рынка электронной коммерции в структуре международной торговли становится стимулирующим активностью драйвером и определяет возможные точки укрепления межстранового партнерства при совершении оптовых торговых операций. Фокусируясь на сфере международной оптовой торговли, отметим, что она позволяет покрыть внутренний спрос на товары со стороны различных сегментов потребителей на B2C, B2B, B2G и др. рынках. Международная оптовая торговля обеспечивает экспорт и импорт для стран при их тесном взаимодействии, при этом, именно на оптовые поставки/закупки приходится большая часть совершаемых операций. Ключевым преимуществом оптовой торговли является крупнопартийность, которая обеспечивает снижение конечной стоимости продукции на внутреннем рынке; как итог, развитие международной оптовой торговли оказывает не последнее влияние на состояние внутренней оптовой и розничной торговли.

Соглашаясь с позицией А.Ю. Черноморец, который указывает на все большее проникновение электронной коммерции в сферу торговли ¹, выделим недостаточную степень развитости указанного направления при рассмотрении на уровне трансграничной торговли, что связано с несовершенством инфраструктуры и частным характером взаимоотношений. Электронная торговля (коммерция), как показывает исследование Г.А. Орловой, Ю.А. Савинова и Е.В. Тарановской, находится на стадии активного развития в векторе межфирменных коммуникаций, для построения партнерских отношений и взаимовыгодного сотрудничества компаний на B2B рынке. Авторы считают, что постепенное совершенствование и популяризация инструментов полноценной межфирменной электронной B2B торговли обеспечит аккумулирование опыта и улучшение систем взаимодействия с потребителями при одновременном сокращении соответствующих рисков ². На наш взгляд, дальнейшей ступенью масштабирования данных процессов может стать формирование сегментов международной оптовой электронной коммерции, в чем немаловажную роль сыграют крупные ритейлеры.

Последнее обусловлено тем, что крупные ритейлеры обладают значительными возможностями и ресурсами для организации многосторонних площадок международной оптовой торговли через независимый и доступный для отечественного бизнеса инструментарий электронной ком-

¹ Черноморец А.Ю. Электронная коммерция на современном этапе развития международного бизнеса. Форум молодых ученых. 2019. №10 (38). С. 570–578.

² Орлова Г.А., Савинов Ю.А., Тарановская Е.В. Развитие межфирменной электронной B2B торговли. Российский внешнеэкономический вестник. 2021. № 2. С. 76–85.

мерции. В то же время в таком случае необходимо будет решить вопросы стимулирования и роста качества, гарантированности логистики, в чем, по мнению Е.А. Торгунакова и Е.В. Торгунаковой, особая роль отводится совершенствованию действующих моделей доставки с упором на первостепенное значение издержек и скорости поступления конечному потребителю ³. В реалиях международной оптовой торговли данный вопрос стоит особенно остро, поскольку доставка грузов осуществляется крупнопартийно и требует особого внимания к сохранности товаров.

Организация электронной трансграничной оптовой торговли, по мнению Ц. Вана, несмотря на все возможные преимущества, сохраняет определенные особенности, неразрывно ведущие к росту торговых издержек. Среди этих особенностей автор выделяет следующие ⁴:

- отсутствие общего, единого и слаженного бизнес-пространства между странами-торговым партнерами. На примере РФ и КНР автор показывает, что подобное бизнес-пространство находится на стадии активного формирования, причем предшествующим этому формированию этапом выступает развитие внутреннего бизнес-пространства на основе цифровой инфраструктуры, которая впоследствии будет интегрирована с международной. В то же время, сегодня наблюдается рост активности в частных направлениях взаимодействия, когда компании самостоятельно применяют инструменты электронной коммерции в частном порядке в трансграничных сделках;
- культурные различия, влияющие на характер реализации управленческой практики, что создает определенные трудности в построении партнерских отношений;
- рост затрат в сфере кибербезопасности при работе с зарубежными поставщиками / покупателями;
- исключение сугубо классических посредников при сохранении востребованности деятельности консалтинговых компаний, банковских и страховых организаций;
- наличие диспропорций в ориентированности площадок электронной коммерции на рынок трансграничной электронной торговли в ракурсе конкретной страны;
- влияние цифрового сопротивления ввиду наличия классически обусловленных подходов к снижению торговых издержек в трансграничной электронной оптовой торговле при сохранении всего спектра существующих рисков.

В исследовании другого китайского автора Ц. Ню выделяется, что проектирование международных цепей поставок в сфере электронной оптовой торговли требует учета ряда организационно-экономических особенностей ⁵. Это потенциально расширяет перечень рассматриваемых вопросов в рамках развития трансграничной торговли средствами электронной коммерции. В частности, в исследовании автора выделяются следующие факторы, препятствующие популяризации практики международной оптовой торговли средствами электронной коммерции ⁶:

Во-первых, неготовность инфраструктуры электронной коммерции к тотальному замещению существующих каналов коммуникации при её низких темпах развития.

Во-вторых, при более высоких возможностях поиска поставщиков/покупателей сохраняются риски ограничения предложений, неполноты размещаемой информации, сохранения специфики коммерческих переговоров и др.

В-третьих, сохранение транзакционных издержек вне зависимости от рассматриваемого инструментария осуществления оптовых торговых операций на международном уровне.

В-четвертых, сохранение, а возможно и усиление, логистических рисков при осуществлении оптовых торговых операций на международном уровне.

³ Торгунаков Е.А., Торгунакова Е.В. Развитие логистики электронной коммерции. Экономика и управление. 2019. №11 (169). С. 95–100.

⁴ Ван Ц. К вопросу о логистике электронной трансграничной оптовой торговли. Известия СПбГЭУ. 2022. № 2 (134). С. 139–143.

⁵ Ню Ц. Организационно-экономические особенности проектирования международных цепей поставок в электронной оптовой торговле. Известия СПбГЭУ. 2020. № 3 (123). С. 158–163.

⁶ Там же.

В-пятых, непрозрачность системы и размещаемых в ней данных, что не позволяет отслеживать динамику и объемы запасов всех поставщиков, а также отсутствие доступа к планам отгрузки товаров (ввиду их коммерческого характера).

В дополнение к перечисленным ограничениям, выделим наличие барьера, связанного с формированием такой площадки электронной коммерции для проведения оптовых торговых операций на международном уровне, которая пользовалась бы доверием со стороны компаний из стран-торговых партнеров.

Как итог, в результате влияния данных факторов-ограничений, международная оптовая торговля средствами электронной коммерции реализуется сугубо в частном порядке, предполагая анализ конкретной компанией доступных вариантов сотрудничества с поставщиком (или производителем) из другой страны при задействовании инструментов электронной коммерции.

Преодоление перечисленных барьеров, на наш взгляд, возможно в том случае, если на рынок международной оптовой торговли консолидировано выйдут крупные ритейлеры, создавая собственные объединенные площадки международной оптовой или розничной электронной коммерции. Причем с позиции оптовой торговли существуют значительные перспективы организации данных процессов:

1. Перспективы комплексного снижения торговых издержек. В таком случае снижение торговых издержек будет обусловлено снижением финансовой нагрузки при поиске поставщиков и установлении внешних контактов, при исключении (снижении) рисков потери вложенных средств и трансформации подходов к работе с бизнесом. В целом характер издержек в электронной коммерции значительно отличается от традиционной торговли, в чем выделяются собственные факторы роста/сокращения нагрузки бизнеса по издержкам.

2. Перспективы распространения информации о поставщиках и их товарах, роста осведомленности. Данный пласт перспектив обусловлен размещением информации в открытом доступе с возможностью её просмотра со стороны компании и принятия решения о взаимодействии с тем или иным поставщиком / торговым партнером.

3. Перспективы увеличения прозрачности и управляемости трансграничной торговли. Связаны с фиксацией контрактных соглашений и всех подробностей сделок в цифровой инфраструктуре, что обеспечит более точное принятие решений и возможность прорабатывать дополнительные инструменты, направленные на снижение проблем и трудностей при совершении трансграничных торговых операций.

4. Перспективы повышения эффективности бизнес-процессов за счет комплексной цифровой аналитики. Проникновение инструментов цифровизации способствует снижению транзакционных издержек бизнеса, на что указывает в своем исследовании, например, В.А. Старухин. Автор определяет, что элементы цифровизации снижают издержки по таким направлениям, как: поиск информации, переговорный процесс, заключение контракта и др.⁷

5. Перспективы формирования дополнительных конкурентных преимуществ и слаженного влияния на внутренний рынок. При масштабировании и достижении заданных эффектов развитие оптовой трансграничной торговли позволит создать более благоприятные условия для роста внутреннего рынка.

6. Перспективы преодоления традиционных барьеров трансграничной торговли. Данный аспект проявляется в том, что современная модель продаж относительно консервативной на B2B рынке демонстрирует ряд важных преимуществ, связанных с: доступностью информации, функциональными возможностями, автоматизацией, подключением удобной финансовой инфраструктуры, сопровождением, доступностью вне зависимости от времени, снижением нагрузки бизнеса по издержкам на оплату труда работников (за счет перераспределения функций на автоматические системы и алгоритмы) и т.д. Ю.В. Никулина и Г.Н. Чернухина в дополнение к вышеизложен-

⁷ Старухин В.А. Цифровизация как метод сокращения транзакционных издержек производственного предприятия. Kant. 2021. №4 (41). С. 95–99.

ным выделяют перспективы организации многоканальных продаж, в конечном счете влияющих на выгоду конкретного оптового торгового предприятия ⁸.

7. Перспективы гармоничного управления логистическими рисками. Достаточно наглядно данные перспективы раскрыты в исследовании Ц. Вана, который указывает на возможности совместных закупок и построения комбинированных хозяйственных связей в условиях трансграничной оптовой торговли ⁹. В таком случае логистические риски будут снижены за счет массовой отработки и отладки механизмов доставки крупных партий грузов.

8. Перспективы модернизации цепочек создания добавленной собственности с увеличением их качества. Еще в исследовании В.Н. Журавлева и В.А. Кузнецова отмечалось, что модернизация цепочек создания добавленной стоимости значительно изменяется под влиянием проникновения инфраструктуры электронного бизнеса ¹⁰. Аналогичные эффекты проявляются и в структуре изменения состояния на рынке международной оптовой электронной коммерции.

9. Перспективы расширения потенциальных товарных сегментов электронной оптовой торговли на международном уровне. Постепенный рост и развитие сегментов и оптовой торговли в условиях электронной коммерции на международном уровне обеспечит проникновение все большего числа товаров, что является соведущим с развитием логистики, управляемости и прозрачности процессом.

10. Перспективы сокращения прочих рисков и проблем, связанных с организацией трансграничных торговых операций. В результате использования инструментария электронной коммерции уровень рисков будет снижаться, что на перспективу обладает аккумулярующим влиянием на состояние всей сферы трансграничной торговли.

Учитывая вышеизложенные перспективы, выделим концептуальную модель развития международной оптовой торговли на рынке e-commerce под влиянием крупных ритейлеров (рис. 1):

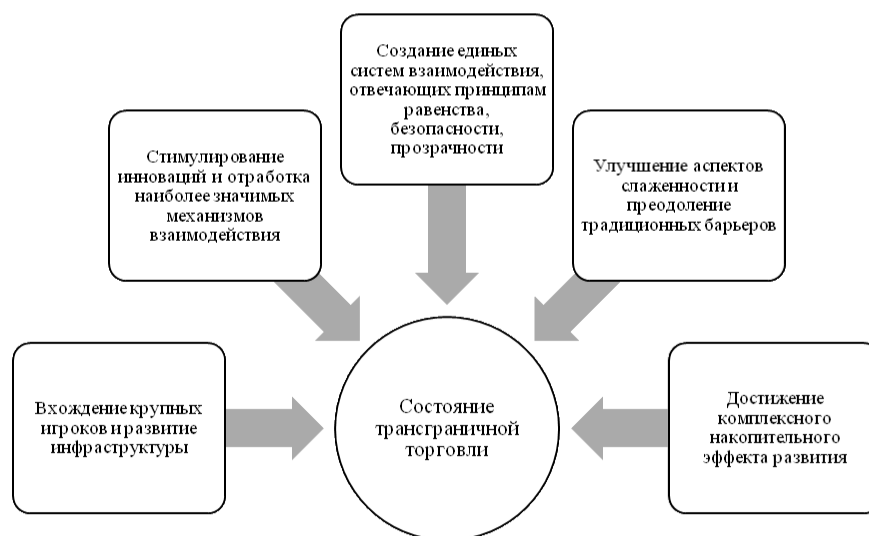


Рис. 1. Модель развития международной оптовой торговли на рынке e-commerce под влиянием крупных ритейлеров

Опираясь на данные рисунка 1, отметим, что оптовая международная торговля за счет инструментов электронной коммерции при комплексном подходе и государственном участии может выйти на новый уровень, что в результате приведет к комплексному эффекту влияния на состояние сферы торговли в стране в целом, стимулируя активность и воспроизводственный эффект.

⁸ Никулина Ю.В., Чернухина Г.Н. Стратегия многоканальных продаж как конкурентное преимущество в оптовой торговле. Современная конкуренция. 2020. № 4 (80). С. 40–53.

⁹ Ван Ц. Принципы управления логистическими рисками в электронной трансграничной оптовой торговле оборотом. Известия СПбГЭУ. 2022. №3 (135). С. 154–158.

¹⁰ Журавлёв В.Н., Кузнецов В. А. Инструменты модернизации цепочек создания добавленной стоимости. Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление. 2009. №1. С. 62–64.

Таким образом, результаты проведенного исследования позволяют сделать ряд выводов:

1. Задача развития международной оптовой торговли приобретает в современных реалиях внешнеторговых ограничений определяющий характер, в чем значимым партнером для России видится Китай. Причем развитие международной торговли в таком случае рассматривается на уровне взаимодействия крупнейших представителей торговых сфер для создания единых площадок оптовой торговли, ускоряющих поставку товаров, обеспечивающих более конкурентоспособные цены и безопасное взаимодействие.

2. Перспективным инструментом стимулирования роста международной оптовой торговли является электронная коммерция, которая предоставляет массовые цифровые возможности и механизмы для организации взаимодействия между поставщиками и покупателями в трансграничной торговле, позволяет преодолеть традиционные барьеры в данном направлении, повысить управляемость бизнес-процессов и изменить подходы к формированию цепочек создания добавленной стоимости. Однако для большего эффекта требуется сформировать механизмы преодоления ограничений и барьеров, которые могут возникнуть при использовании инструментария электронной коммерции.

3. Деятельность крупных ритейлеров в вышеуказанном направлении обладает аккумулирующим влиянием и при целенаправленной системной организации позволит создать единую бизнес-инфраструктуру для функционирования электронной коммерции на уровне B2B сегмента. В долгосрочной перспективе данные процессы способны оказать значительное воздействие на состояние сферы торговли в стране в целом, стимулируя активность и воспроизводственный эффект.

Список литературы

1. Ван Ц. К вопросу о логистике электронной трансграничной оптовой торговли. Известия СПбГЭУ. 2022. № 2 (134). С. 139–143.
2. Ван Ц. Принципы управления логистическими рисками в электронной трансграничной оптовой торговле оборудованием. Известия СПбГЭУ. 2022. № 3 (135). С. 154–158.
3. Журавлёв В.Н., Кузнецов В.А. Инструменты модернизации цепочек создания добавленной стоимости. Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление. 2009. № 1. С. 62–64.
4. Никулина Ю.В., Чернухина Г.Н. Стратегия многоканальных продаж как конкурентное преимущество в оптовой торговле. Современная конкуренция. 2020. № 4 (80). С. 40–53.
5. Ню Ц. Организационно-экономические особенности проектирования международных цепей поставок в электронной оптовой торговле. Известия СПбГЭУ. 2020. № 3 (123). С. 158–163.
6. Орлова Г.А., Савинов Ю.А., Тарановская Е.В. Развитие межфирменной электронной B2B торговли. Российский внешнеэкономический вестник. 2021. № 2. С. 76–85.
7. Старухин В.А. Цифровизация как метод сокращения транзакционных издержек производственного предприятия. Kant. 2021. № 4 (41). С. 95–99.
8. Торгунаков Е.А., Торгунакова Е.В. Развитие логистики электронной коммерции. Экономика и управление. 2019. № 11 (169). С. 95–100.
9. Черноморец А.Ю. Электронная коммерция на современном этапе развития международного бизнеса. Форум молодых ученых. 2019. № 10 (38). С. 570–578.

References

1. Van Ts. On the issue of logistics of electronic cross-border wholesale trade. Izvestia SPbSEU. 2022. № 2 (134). S. 139–143.
2. Van Ts. Principles of Logistics Risk Management in Electronic Cross-Border Wholesale of Equipment. Izvestia SPbSEU. 2022. № 3 (135). S. 154–158.
3. Zhuravlev V.N., Kuznetsov V.A. Tools for the modernization of value chains. Vestnik VSU. Series: Economics and Governance. 2009. № 1. S. 62–64.
4. Nikulina Yu.V., Chernukhina G.N. Multi-channel sales strategy as a competitive advantage in wholesale trade. Modern competition. 2020. № 4 (80). S. 40–53.
5. Nu Ts. Organizational and economic features of designing international supply chains in electronic wholesale. Izvestia SPbSEU. 2020. № 3 (123). S. 158–163.
6. Orlova G.A., Savinov Yu.A., Taranovskaya E.V. Development of inter-company electronic V2V trade. Russian Foreign Economic Bulletin. 2021. № 2. S. 76–85.

7. Starukhin V.A. Digitalization as a method of reducing transaction costs of a production enterprise. Kant. 2021. № 4 (41). S. 95–99.
8. Torgunakov E.A., Torgunakova E.V. Development of e-commerce logistics. Economics and management. 2019. № 11 (169). S. 95–100.
9. Chernomorets A.Yu. E-commerce at the current stage of international business development. Forum of young scientists. 2019. № 10 (38). S. 570–578.