



Развитие почтовых продуктов в странах РСС

Е.В. Дроздович,
заместитель генерального директора
РУП "Белпочта", председатель РГ РСС по ЦРПП и ЭК

Минувшие пять лет стали периодом расцвета электронной коммерции: объемы продаж и прибыли растут невероятными темпами. Во всем мире существует более 24 млн интернет-магазинов. В трети стран мира совершают покупки онлайн, 205 млн онлайн-покупок совершается ежедневно. В 2023 г. объем продаж достиг 5,7 трлн долл. США. Крупнейшими рынками электронной коммерции являются Китай и США.

В 2024 г. электронная коммерция будет занимать 20,8 % всего розничного рынка. А в 2026 г. продажи электронной коммерции превысят 8,1 трлн долл. США.

Электронная торговля в странах РСС

Электронная торговля в Евразийском регионе демонстрирует взрывной рост, усиливая проникновение на не освоенные ранее или малоосвоенные территории и сегменты рынка, а также вызывая формирование новых секторов в сфере цифровых услуг.

Рынок онлайн-продаж в России в 2023 г., по оценкам экспертов, вырос на 44 %, до 8,2 трлн руб. Основной вклад внес продолжившийся переход традиционного офлайн-ритейла в сферу интернета. Кроме того, сказался и эффект восстановления трансграничной торговли по мере ослабления транспортных шоков 2022 г.

Динамичный подъем зафиксирован в Казахстане, где рост электронной торговли в 2023 г. составил 80 % с оценочным объемом рынка 5 млрд долл. США. Объем электронной коммерции в Беларуси по итогам 2023 г.

оценивается на уровне 1,1 млрд долл. с ростом на 16,1 %, а в Узбекистане — на 40 %.

Лидерами по доле электронной коммерции в РСС выступают Россия (15 %) и Казахстан (13 %). Показатель Беларуси — 6 %, в остальных странах региона он не превышает 5 % (рис. 1).

Кыргызстан и Таджикистан могут получить импульс развития от крупных платформ соседних стран, таких как Kaspi и Uzum Market. Основными онлайн-ритейлерами являются Ali-baba (Китай), Wildberries, Ozon (оба — Россия), Kaspi (Казахстан), Uzum (Узбекистан), Svetofor (Кыргызстан). В России и Беларуси доминирующее положение занимают Wildberries и Ozon, на долю которых приходится свыше 40 % от общего объема онлайн-продаж.

**Статью целиком читайте
в бумажной версии журнала**



Рис. 1. Электронная коммерция