

Перспективы и барьеры использования трансграничной интернет-торговли для развития экспорта Забайкальского края

В.С. Брезгин^{1, 2a}, С.А. Кравцова^{3b}, Д.А. Ананьина^{2c}

¹ Институт природных ресурсов, экологии и криологии СО РАН, ул. Недорезова, 16а, Чита, Россия

² Забайкальский государственный университет, ул. Бабушкина, 129, Чита, Россия

³ Читинский институт Байкальского государственного университета, ул. Анохина, 56, корп. 1, Чита, Россия

^a monmanage@bk.ru, ^b kravts_sv@mail.ru, ^c ananina_1989@mail.ru

^a <https://orcid.org/0000-0001-9008-4540>, ^b <https://orcid.org/0009-0002-5356-0565>,

^c <https://orcid.org/0000-0003-3509-7036>

Статья поступила 01.10.2024 принята 16.10.2024

Предметом исследования является развитие интернет-торговли в Забайкальском крае и Дальневосточном федеральном округе в контексте общероссийских и мировых тенденций. Цель работы заключается в анализе динамики и структуры локальной и трансграничной интернет-торговли в регионе. Методы исследования включают статистический анализ, расчет индексов структурных сдвигов Рязцаева и Гатеева, сравнительный анализ. Основные результаты показывают значительный рост локальной интернет-торговли при одновременном снижении трансграничной торговли в обоих регионах за период 2018–2023 гг. В Забайкальском крае локальная торговля выросла на 247,37 %, а трансграничная сократилась на 65,87 %. Выявлены существенные изменения в структуре трансграничной торговли по сравнению с локальной. Исследование определяет ключевые препятствия, с которыми сталкиваются представители экспортно-ориентированного малого и среднего предпринимательства в Забайкальском крае, включая потребность в дополнительном обучении эффективному использованию электронных торговых площадок и развитию компетенций в области электронной коммерции, интернет-маркетинга и специфики международных рынков. Анализ показывает, что наибольший рост в локальной торговле наблюдается в категориях «Товары для творчества» и «Аптеки», в то время как в трансграничной торговле лидируют «Цифровая и бытовая техника» и «Цифровые товары». Область применения результатов – разработка стратегий развития электронной коммерции и экспорта в регионе. Выводы указывают на необходимость развития цифровых компетенций предпринимателей, внедрения передовых технологий, таких как искусственный интеллект, «большие данные» и виртуальная реальность, для персонализации предложений и улучшения клиентского опыта. Рекомендации включают создание специализированного образовательного центра или программы, охватывающей теоретические и практические аспекты электронной торговли, включая работу с зарубежными маркетинг-лейсами, инструменты продвижения и правовые аспекты международной торговли. Грамотное развитие интернет-торговли может стать драйвером роста экспорта Забайкальского края, позволив местным предпринимателям выходить на новые зарубежные рынки и повышая конкурентоспособность региона на международной арене.

Ключевые слова: трансграничная интернет-торговля; экспорт; Забайкальский край; электронная коммерция; цифровые технологии; внешняя торговля.

Prospects and barriers of using cross-border e-commerce for export development in the Zabaykalsky Krai

V.S. Brezgin^{1, 2a}, S.A. Kravtsova^{3b}, D.A. Ananyina^{2c}

Institute of Natural Resources, Ecology and Cryology of SB RAS; 16a, Nedorezova St., Chita, Russia

Transbaikal State University; 129, Babushkin St., Chita, Russia

Chita Institute of Baikal State University; 56, Building 1, Anokhin St., Chita, Russia

^a monmanage@bk.ru, ^b kravts_sv@mail.ru, ^c ananina_1989@mail.ru

^a <https://orcid.org/0000-0001-9008-4540>, ^b <https://orcid.org/0009-0002-5356-0565>,

^c <https://orcid.org/0000-0003-3509-7036>

Received 01.10.2024, accepted 16.10.2024

The study focuses on the development of e-commerce in the Zabaykalsky Krai and the Far Eastern Federal District (FEFD) within the context of Russian and global trends. The aim is to analyze the dynamics and structure of local and cross-border e-commerce in the region. Research methods include statistical analysis, calculation of Ryabtsev and Gateev structural shift indices, and comparative analy-

sis. Key findings reveal significant growth in local e-commerce alongside a decline in cross-border trade in both regions from 2018 to 2023. In Zabaykalsky Krai, local trade increased by 247.37%, while cross-border trade decreased by 65.87%. Substantial changes were observed in the structure of cross-border trade compared to local trade. The study identifies key obstacles faced by export-oriented SMEs in Zabaykalsky Krai, including the need for additional training in effective use of electronic trading platforms and development of competencies in e-commerce, internet marketing, and international market specifics. The analysis shows that the highest growth in local trade is observed in the categories "Goods for creativity" and "Pharmacies", while in cross-border trade, "Digital and household appliances" and "Digital goods" are leading. The results are applicable to developing strategies for e-commerce and export growth in the region. Conclusions highlight the need to enhance digital competencies of entrepreneurs and implement advanced technologies such as artificial intelligence, big data, and virtual reality to personalize offerings and improve customer experience. Recommendations include creating a specialized educational center or program covering theoretical and practical aspects of e-commerce, including work with foreign marketplaces, promotion tools, and legal aspects of international trade. The research suggests that with proper development of digital competencies and use of modern technologies, e-commerce can become a driver for export growth in Zabaykalsky Krai, enabling local entrepreneurs to enter new foreign markets and enhancing the region's competitiveness in the international arena.

Keywords: cross-border e-commerce; export; Zabaykalsky Krai; electronic commerce; digital technologies; foreign trade.

Развитие информационно-коммуникационных технологий в современном мире ведет к созданию новых возможностей для торговли и возникновению новых предметов торговли.

В целях правового обеспечения использования электронных средств и содействия их использованию в коммерческой деятельности Комиссия ООН по праву международной торговли (UNCITRAL) подготовила ряд законодательных актов, которые были приняты более чем в 100 государствах. Типовой закон об электронной торговле был принят Комиссией на ее 29-й сессии, после рассмотрения замечаний правительств и заинтересованных организаций. Так как в международной торговле все большее число сделок, обычно называемых «электронной торговлей», которые предусматривают использование альтернативных бумажным формам методов передачи и хранения информации, заключается с помощью электронного обмена данными, UNCITRAL рекомендует всем государствам при принятии своих законов должным образом учитывать положения типового закона ввиду необходимости унификации законодательства, применимого к электронной торговле.

Положения закона UNCITRAL об электронной торговле от 1996 г. устанавливают одинаковый режим для информации в бумажном и электронном виде, а также обеспечивают юридическое признание электронных операций и процедур согласно основополагающим принципам недискриминации в отношении использования электронных средств, функциональной эквивалентности и технологической нейтральности [11].

Интернет-торговля (электронная торговля, *e-commerce*) — это организация и технология купли-продажи товаров, услуг электронным способом с использованием телекоммуникационных сетей и электронных финансово-экономических инструментов. Как и любая коммерческая деятельность, интернет-торговля включает в себя решение различных задач по организации сделки, начиная от привлечения внимания покупателя к продавцу и

заканчивая выполнением заказа, сделанного покупателем. В интернет-торговле эти задачи решаются с помощью широкого ряда способов с использованием самых передовых технологий. При этом важно понимать, что интернет-торговля — это не только способ коммуникации продавца с покупателем, это еще и полный спектр бизнес-процессов, не всегда связанных исключительно с интернет-составляющей. Интернет-магазин аналогично обычному магазину занимается прогнозированием спроса, привлечением покупателей, приемом платежей, сборкой, хранением и доставкой заказов, исполняет требования законодательства по защите прав потребителей. Существуют два основных вида каналов, предназначенных для интернет-торговли: интернет-магазины и маркетплейсы. Также существуют социальные сети, которые могут использоваться в качестве способа наращивания продаж через интернет-магазин или маркетплейс либо как отдельный канал сбыта [10].

Проследим динамику развития мировой электронной коммерции за период с 2017 по 2023 г. (рис. 1).

Объем розничных продаж в сфере электронной коммерции демонстрирует устойчивый рост, увеличившись с 2 382 млрд дол. в 2017 г. до 5 761,8 млрд дол. в 2023 г. За 7 лет объем продаж вырос более чем в 2,4 раза, что свидетельствует о стремительном развитии данного сектора.

Темпы роста продаж в сфере электронной коммерции были особенно высокими с 2017 по 2021 гг., варьируясь от 28 до 18 % ежегодно. Однако в 2022 г. наблюдалось значительное замедление роста до 8,2 %, что может быть связано с постпандемийной стабилизацией рынка. В 2023 г. рост восстановился до 9,4 %, хотя и не достиг прежних высоких значений.

Особого внимания заслуживает увеличение доли электронной коммерции в общемировой розничной торговле. Если в 2017 г. она составляла 10,4 %, то к 2023 г. достигла 19,4 %. Наиболее значительный рост этого показателя наблюдался в 2020 и 2021 гг., что,

вероятно, связано с влиянием пандемии Covid-19, вынудившей потребителей активнее использовать онлайн-каналы для покупок. В 2022 г. произошло небольшое снижение доли до 18,7 %, однако уже в 2023 г. рост возобновился.

Эти данные указывают на то, что электронная коммерция становится все более значимой частью глобальной розничной торговли. К 2023 г. почти пятая часть всех розничных продаж в мире осуществляется через онлайн-каналы, что подчеркивает важность этого сектора для мировой экономики. Несмотря на некоторое замедление темпов роста в последние годы, сектор электронной коммерции продолжает расти, демонстрируя свою устойчивость и потенциал для дальнейшего развития. Объем продаж через интернет топ-10 стран мира (табл. 1) отражает лидирующую роль КНР (более 3,02 трлн дол.) и США (более 1,16 трлн

дол.). За ними следуют Великобритания, Япония, Южная Корея, Индия, Германия, Индонезия, Канада и Франция.

В КНР в 2023 г. объем рынка *e-commerce* составил 52 % от общих розничных продаж в стране, что обусловлено следующими причинами:

- повышение спроса клиентов на мировые бренды в связи с ростом доходов населения;
- проблемы, связанные с качеством услуг в розничных магазинах;
- развитие системы маркетинга социальных средств через *Wechat*, *QQ*, *Sina Weibo* и другие приложения;
- увеличение числа мобильных закупок за счет наличия дешевого интернета;
- жесткое соблюдение локдаунов в период эпидемии.

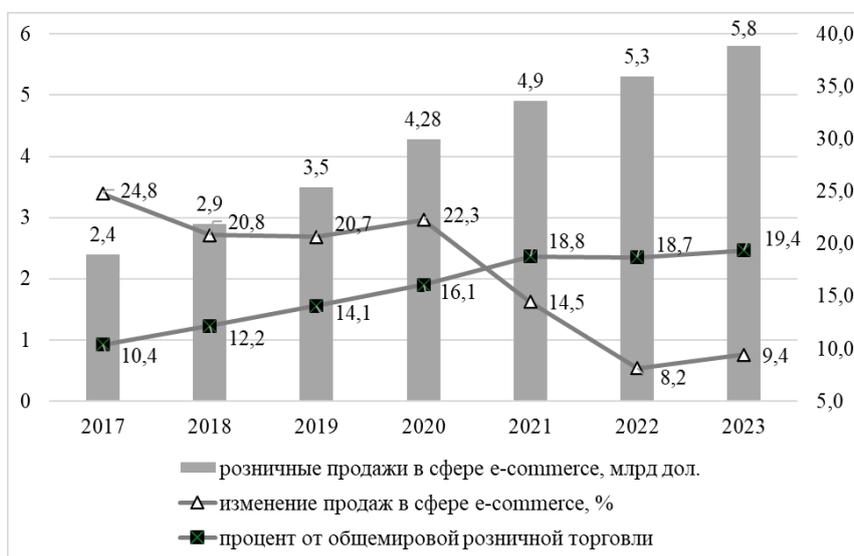


Рис. 1. Объем розничных продаж электронной коммерции по всему миру, 2019–2024 гг., млрд дол., % изменения и % от общего объема розничных продаж¹.
Источники: составлено авторами на основе данных eMarketer и Oberlo [13].

Таблица 1. Рейтинг стран – лидеров онлайн-торговли в 2023 г.

Страна	Объем интернет-торговли, млрд дол.	Доля интернет-торговли в розничной торговле, %
КНР	3 023,66	56,0
США	1 163,49	19,0
Великобритания	195,97	4,8
Япония	193,42	3,2
Южная Корея	147,43	2,5
Индия	118,90	2,1
Германия	97,32	1,6
Индонезия	97,14	1,4
Канада	82,81	1,3
Франция	79,36	0,7

Источники: [12]

¹ Включает товары или услуги, заказанные с использованием Интернета, независимо от способа оплаты или исполнения заказа; не включает билеты на поездки и мероприятия, платежи, такие как оплата счетов, налоги или денежные переводы, услуги общественного питания и продажи в питейных заведениях, азартные игры и другие товары, продаваемые через Интернет.

Несмотря на наличие санкций, Россия интегрирована в мировое экономическое сообщество и вносит свой существенный вклад в перемещение товаров, услуг и капиталов. Хотя, по данным ФТС РФ, российский экспорт в 2023 г. по сравнению с 2022 г. упал на 28,3 %, с 592,5 до 425,1 млрд дол., по причине сокращения объема поставок в страны Европы на 68 % [9], однако при этом Россия за-

метно нарастила объем торговли с азиатскими и африканскими странами. Так, экспорт в Азию в 2023 г. вырос более чем на 10 %, а импорт – более чем на 40 %; в Африку – экспорт в 1,5 раза, а импорт более чем на 10 % [10].

Рассмотрим динамику внешней торговли России и Забайкальского края (табл. 2–5).

Таблица 2. Динамика внешней торговли России за период 2018–2022 гг., млрд дол. США

Показатель	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.
Экспорт	449,6	426,3	338,6	491,2	592,5
Импорт	238,5	247,9	234,0	293,1	255,3
Товарооборот	688,1	674,2	572,6	784,3	847,8

Таблица 3. Динамика внешней торговли России за период 2018–2022 гг., темпы роста, %

Показатель	2019/2018 гг.	2020/2019 гг.	2021/2020 гг.	2022/2021 гг.	Итоговый индекс, 2022/2018 гг.
Экспорт	94,8	79,4	145,1	120,6	131,8
Импорт	103,9	94,4	125,3	87,1	107,0
Товарооборот	98,0	84,9	137,0	108,1	123,2

Как видно (табл. 2 и 3), основной вклад в динамику товарооборота вносит экспорт, что объясняется, в первую очередь, увеличением стоимостного объема экспорта товаров топливно-энергетического комплекса, цветных металлов, сельскохозяйственной продукции и удобрений, не попавших под санкции. 2022 г. характеризуется падени-

ем объемов импорта почти на 13 %, что обусловлено ужесточением санкций. В 2023 г. импорт частично восстановился, в основном за счет создания новых логистических маршрутов и развития механизмов параллельного импорта.

Рассмотрим динамику внешней торговли Забайкальского края (табл. 4 и 5).

Таблица 4. Динамика внешней торговли Забайкальского края за период 2018–2022 гг., млн дол. США

Показатель	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.
Экспорт	433,5	633,1	1 063,3	1 456,4	1 298,3
Импорт	548,2	377,9	444,8	633,3	303,5
Товарооборот	981,7	1 011	1 508,1	2 089,7	1 601,8

Таблица 5. Динамика внешней торговли Забайкальского края за период 2018–2022 гг., темпы роста, %

Показатель	2019/2018 гг.	2020/2019 гг.	2021/2020 гг.	2022/2021 гг.	Итоговый индекс, 2022/2018 гг.
Экспорт	146,0	168,0	137,0	89,1	299,5
Импорт	68,9	117,7	142,4	47,9	55,4
Товарооборот	103,0	149,2	138,6	76,7	163,2

Внешняя торговля Забайкальского края за период 2018–2022 гг. (за исключением 2022 г.) показывает стабильный рост, в отличие от общероссийских тенденций, что объясняется не столь значительным влиянием политических факторов, так как основным торговым партнером Забайкальского края является Китай (98 % от общего товарооборота). В частности, активно развивается трансграничная электронная торговля, демонстрирующая значительный рост и пользующаяся существенной государственной поддержкой [7].

Однако, как видно из данных табл. 5, 2022 г. характеризуется падением экспорта на 10,9 % и

импорта на 52,1 %, что в итоге привело к снижению внешнеторгового товарооборота на 23,3 %.

Более 90 % в структуре экспорта края занимают минеральные продукты, поставляемые такими крупными предприятиями, как ООО «ГРК Быстринское», которое экспортирует медный и железный концентраты, ООО «Байкалруд» и ОАО «Ново-Широкинский рудник», которые экспортируют свинцовый и цинковый концентраты, АО «Разрез Харанорский», который занимается поставками угля.

Положительной тенденцией развития экспорта Забайкальского края является рост экспорта про-

дукции агропромышленного комплекса, который, по данным министерства сельского хозяйства Забайкальского края, в 2023 г. увеличился более чем в 1,7 раза по сравнению с 2022 г. и составил 49,7 млн дол. США. Значительную часть объема отгруженной продукции составляют транзитные поставки [1].

В настоящее время в Забайкальском крае насчитывается порядка 100 компаний-экспортеров, из которых одно предприятие-гигант, три крупных предприятия, два средних, остальные – представители малого и микробизнеса (табл. 6).

Таблица 6. Количество предприятий-экспортеров Забайкальского края

Тип предприятия	Количество	Наименование предприятия
Микропредприятия	57	...
ИП	19	...
Малое	17	...
Среднее	2	АО «Племенной завод “Комсомолец”» ООО «Терос ЗК»
Крупное	3	ООО «Байкалруд», ОАО «Ново-Широкинский рудник», АО «Разрез Харанорский»
Гигант	1	ООО «ГРК Быстринское» (ГМК «Норильский никель»)
Итого	99	

Источник: составлено авторами на основе данных [3].

Предприятия-экспортеры Забайкальского края, как и представители других субъектов РФ, в условиях внешних санкций сталкиваются с целым комплексом проблем, часть из которых экспортер может решить с помощью мер поддержки несырьевого неэнергетического экспорта, осуществляемых Российским экспортным центром (РЭЦ).

Среди мер поддержки РЭЦ выделяют:

- финансовые – кредитование, страхование экспортных поставок, выдача гарантий;
- нефинансовые – бесплатное обучение начинающих экспортеров, оказание помощи в поиске покупателя и продвижении на внешние рынки, подбор маркетплейсов, проведение различных вебинаров;
- меры господдержки – компенсация части затрат на транспортировку продукции АПК на внешние рынки, частичная компенсация по экспортным кредитам коммерческих банков.

В Центре поддержки экспорта Забайкальского края в настоящее время зарегистрировано 100 СМП, из которых только 20 успешно вышли на внешние рынки с годовым объемом экспорта 15 млн дол. США, что составляет меньше 1 % от суммарного объема экспорта Забайкальского края.

Альтернативой решения этих проблем и стимулом развития трансграничной торговли потенциально может служить усиление цифровизации и развитие информационно-коммуникационных технологий, стирающие географические границы и обеспечивающие трансформацию моделей бизнес-поведения. Развитие трансграничной электронной торговли открывает новые возможности для экспорта, особенно для малого и среднего бизнеса [4].

В условиях санкционного давления особую важность приобретает переосмысление стратегии международного экономического сотрудничества России в направлении диверсификации ее экономических связей и развития несырьевого неэнергетического экспорта [8].

Проанализируем существующие тенденции в сфере интернет-торговли. На рис. 2 представлена динамика изменения доли продаж через интернет по субъектам РФ.

Стоит отметить, что развитие трансграничной электронной торговли в России характеризуется устойчивым ростом объемов, увеличением среднего чека покупок и расширением товарной структуры импортируемой продукции [5].

Как видно на диаграмме (рис. 2), за 5 лет доля продаж через интернет по регионам выросла в несколько раз. Однако сами регионы характеризуются крайней неоднородностью с точки зрения вовлечения интернет-технологий в сферу продаж. Как видно, лидерами являются Северо-Западный и Центральный федеральные округа, а такие субъекты, как Северо-Кавказский и Дальневосточный федеральные округа относятся к отстающим регионам.

При анализе развития трансграничной электронной торговли в регионе важно учитывать не только локальные тенденции, но и глобальные тренды, включая появление новых бизнес-моделей, инструментов продаж и регуляторных подходов на международном уровне [2].

Рассмотрим подробнее динамику доли продаж через интернет в Дальневосточном федеральном округе (ДФО) (рис. 3).

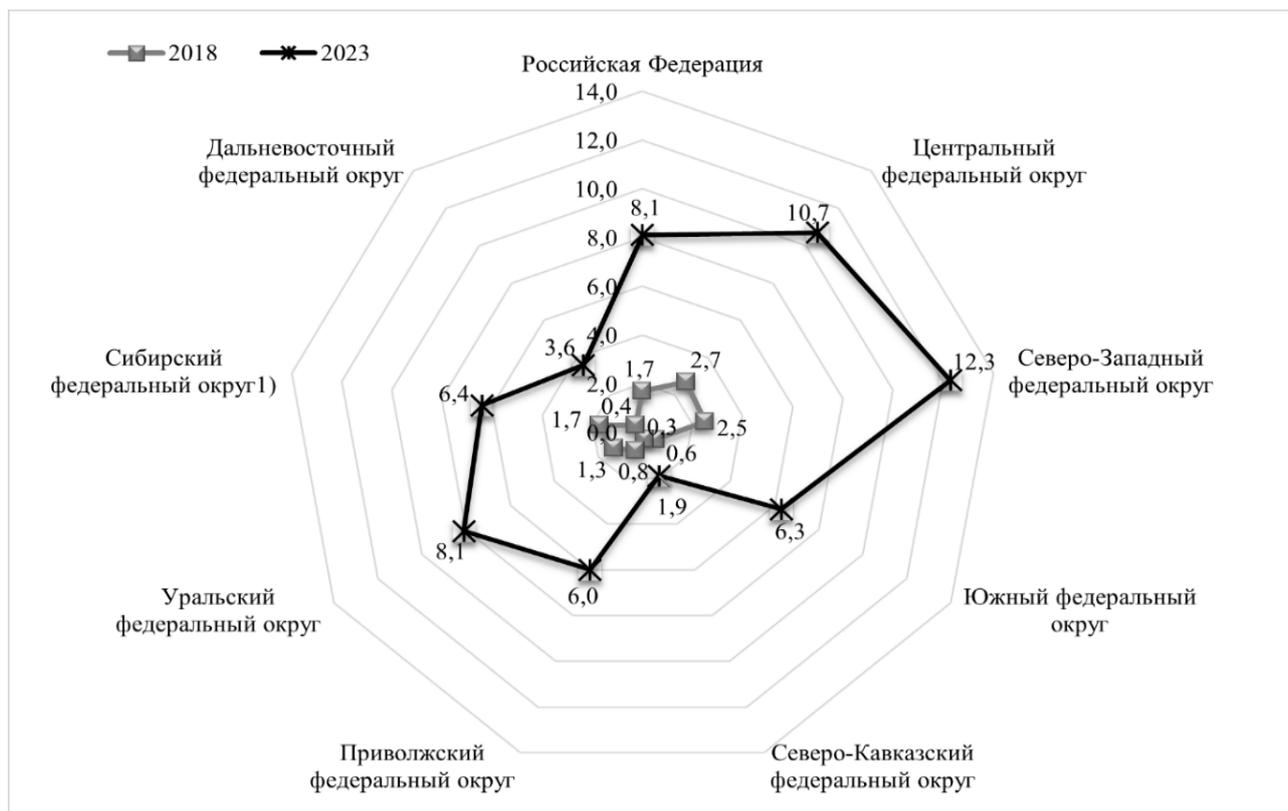


Рис. 2. Доля продаж через Интернет в общем объеме оборота розничной торговли в 2018 и 2023 гг., %.

Источник: составлено авторами на основе данных Росстата

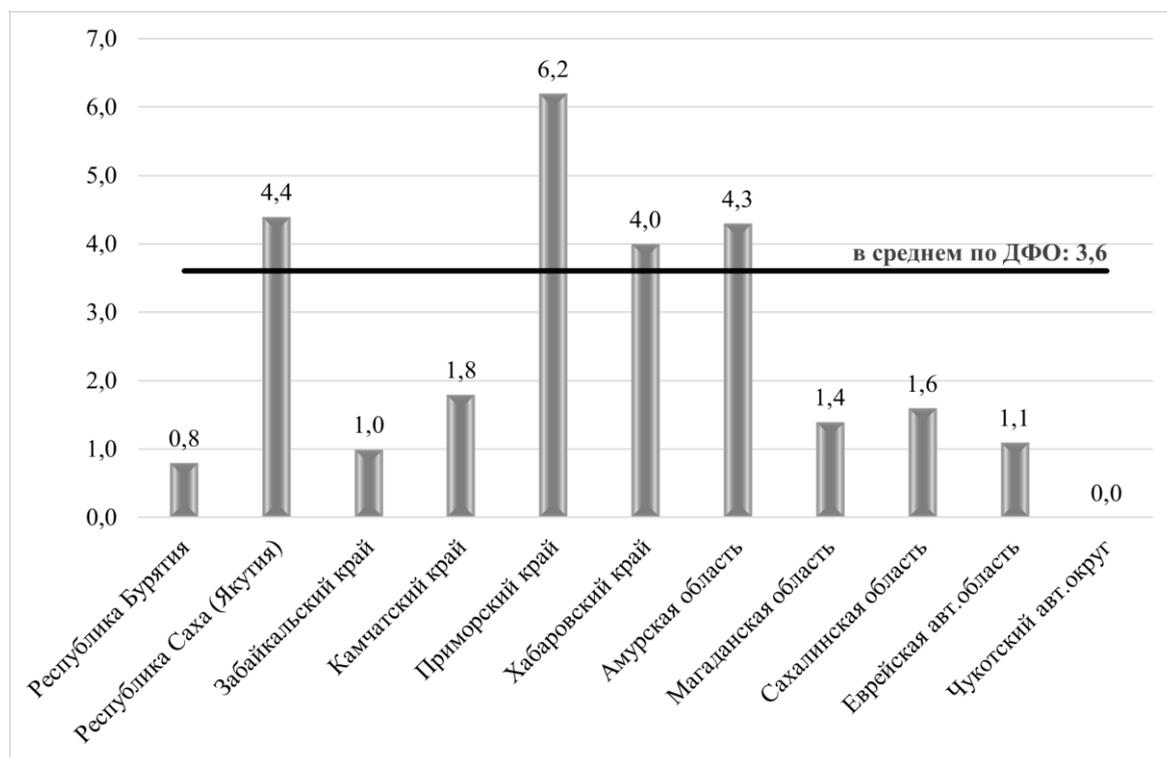


Рис. 3. Доля продаж через Интернет в общем объеме оборота розничной торговли в Дальневосточном федеральном округе в 2023 г., %.

Источник: составлено авторами на основе данных Росстата

Как видно на диаграмме, ДФО характеризуется значительным разбросом в данных в силу значительной экономической неоднородности субъектов РФ, входящих в его состав. Так, Чукотский автономный округ характеризуется нулевыми показателями интернет-торговли, тогда как Приморский край, также из-за особенностей географического положения и наличия значительных торговых-финансовых маршрутов международного характера, показывает 6,2 % – максимальную долю по ДФО (при среднем значении 3,6 %).

Забайкальский край характеризуется крайне низким уровнем (ниже только Чукотский автономный округ с нулевым значением и Республика Бурятия со значением 0,8 %), составляющим 1 %.

Рассмотрим динамику локальной и трансграничной интернет-торговли Забайкальского края и Дальневосточного федерального округа (табл. 7 и 8).

Несмотря на низкие значения доли интернет-торговли, сама динамика интернет-торговли характеризуется достаточно высокими темпами.

Таблица 7. Темпы роста локальной и трансграничной интернет-торговли Забайкальского края за период 2018–2023 гг., % к предыдущему году, скорректированные на цены на конец 2018 г.

Интернет-торговля	2019/2018 гг.	2020/2019 гг.	2021/2020 гг.	2022/2021 гг.	2023/2022 гг.	Итоговый индекс, 2023/2018 гг.
Локальная	103,3	179,7	104,6	119,7	149,5	347,4
Трансграничная	73,5	81,4	80,6	54,5	129,8	34,1
Всего	94,9	158,2	101,9	113,9	148,6	258,9

Источник: составлено и рассчитано авторами на основе данных Ассоциации компаний интернет-торговли [6]

Таблица 8. Темпы роста локальной и трансграничной интернет-торговли Дальневосточного федерального округа за период 2018–2023 гг., % к предыдущему году, скорректированные на цены на конец 2018 г.

Интернет-торговля	2019/2018 гг.	2020/2019 гг.	2021/2020 гг.	2022/2021 гг.	2023/2022 гг.	Итоговый индекс, 2023/2018 гг.
Локальная	85,4	151,1	118,1	99,1	130,2	196,6
Трансграничная	98,9	70,1	74,4	53,0	107,4	29,3
Всего	89,2	125,6	110,4	93,7	128,7	149,2

Источник: составлено и рассчитано авторами на основе данных Ассоциации компаний интернет-торговли [6]

Как видно (табл. 7 и 8), интернет-торговля в ДФО (и Забайкальском крае в частности) характеризуется значительным дисбалансом в сторону усиления доминирования внутреннего рынка. Так, локальная интернет-торговля в Забайкальском крае и ДФО демонстрировала значительный рост за период 2018–2023 гг. – в Забайкальском крае итоговый индекс роста локальной торговли (в ценах на конец 2018 г.) за этот период составил 347,4 %, а в ДФО – 196,6 %.

В свою очередь, трансграничная интернет-торговля, напротив, показала значительное снижение – в Забайкальском крае итоговый индекс составил 34,1 %, а в ДФО – 29,3 %, т. е. по факту объемы трансграничной торговли за 5 лет снизились более чем на 70 % по ДФО и около 66 % – по Забайкальскому краю.

Рассмотрим структуру локальной и трансграничной интернет-торговли в 2023 г. по товарным категориям (табл. 9 и 10).

Анализ данных, представленных в табл. 9 и 10, позволяет сделать ряд важных выводов о динамике и структуре интернет-торговли в ДФО и Забайкальском крае за период 2018–2023 гг.

Прежде всего, обращает на себя внимание значительный рост объемов локальной интернет-торговли при одновременном снижении трансграничной торговли в обоих регионах. Так, в ДФО локальная торговля выросла на 96,62 %, в то время как трансграничная сократилась на 70,66 %. Еще более выраженная тенденция наблюдается в Забайкальском крае, где локальная торговля показала рост на 247,37 %, а трансграничная уменьшилась на 65,87 %.

Таблица 9. Оборот локальной и трансграничной интернет-торговли Дальневосточного федерального округа по товарным категориям, млн р., доля товарной категории в общем объеме в 2023 г., %, индекс изменения оборота интернет-торговли за период 2018–2023 гг., %.

Товарная категория	Локальная торговля			Трансграничная торговля		
	Объем торговли в 2023г., млн р., в ценах 2018 г.	Доля товарной категории	Индекс физического объема, 2023/2018 гг., %	Объем торговли в 2023 г., млн р., в ценах 2018 г.	Доля товарной категории	Индекс физического объема, 2023/2018 гг., %
Автозапчасти и автоаксессуары	7 419,56	4,07	129,01	640,05	5,94	263,97
Аксессуары	4 796,90	2,63	471,44	41,62	0,39	20,42
Аптеки	1 872,45	1,03	1 273,78	16,05	0,15	–
Зоомагазины	2 410,34	1,32	954,03	26,37	0,24	252,33
Инструменты и садовая техника	4 470,14	2,45	587,37	56,37	0,52	541,49
Книги	1 881,45	1,03	116,79	13,29	0,12	6,69
Красота и здоровье	16 186,31	8,87	323,91	474,18	4,40	101,97
Мебель и товары для дома	29 011,51	15,90	447,68	2 227,58	20,66	228,89
Одежда и обувь	29 945,32	16,41	111,84	403,81	3,74	8,94
Подарки и цветы	1 267,83	0,69	137,35	16,04	0,15	3,31
Продукты питания	11 596,64	6,35	428,70	352,93	3,27	13,99
Прочие товары	1 304,20	0,71	22,36	693,93	6,44	2,75
Спорттовары	5 484,64	3,01	399,30	263,12	2,44	63,30
Товары для детей	7 647,02	4,19	526,92	49,08	0,46	14,19
Товары для творчества	3 450,06	1,89	3 088,13	74,90	0,69	273,66
Цифровая и бытовая техника	40 991,00	22,46	125,09	3 587,57	33,27	319,32
Цифровые товары	11 183,35	6,13	–	1 829,54	16,97	–
Ювелирные изделия и часы	1 568,04	0,86	259,91	16,35	0,15	–
Итого	182 486,77	100,00	196,62	10 782,77	100,00	29,34

Источник: составлено и рассчитано авторами на основе данных Ассоциации компаний интернет-торговли [6]

Таблица 10. Оборот локальной и трансграничной интернет-торговли Забайкальского края по товарным категориям, млн р., доля товарной категории в общем объеме в 2023 г., %, индекс изменения оборота интернет-торговли за период 2018–2023 гг., %

Товарная категория	Локальная торговля			Трансграничная торговля		
	Объем торговли в 2023 г., млн р., в ценах 2018 г.	Доля товарной категории	Индекс физического объема, 2023/2018гг., %	Объем торговли в 2023 г., млн р., в ценах 2018 г.	Доля товарной категории	Индекс физического объема, 2023/2018 гг., %
Автозапчасти и автоаксессуары	684,2	3,80	226,50	31,3	4,50	284,75
Аксессуары	531,9	2,95	1 028,30	4,9	0,70	85,71
Аптеки	129,6	0,72	1 107,85	1,1	0,15	1 187,72
Зоомагазины	268,5	1,49	1 635,04	2,7	0,39	343,81

Товарная категория	Локальная торговля			Трансграничная торговля		
	Объем торговли в 2023 г., млн р., в ценах 2018 г.	Доля товарной категории	Индекс физического объема, 2023/2018гг., %	Объем торговли в 2023 г., млн р., в ценах 2018 г.	Доля товарной категории	Индекс физического объема, 2023/2018 гг., %
Инструменты и садовая техника	514,1	2,85	1 238,88	5,2	0,74	3041,13
Книги	202,1	1,12	197,74	1,5	0,21	23,54
Красота и здоровье	1 814,7	10,07	522,61	30,8	4,42	100,49
Мебель и товары для дома	2725,3	15,13	976,78	122,9	17,64	126,94
Одежда и обувь	3 516,5	19,52	231,28	38,0	5,46	17,45
Подарки и цветы	105,9	0,59	242,64	2,3	0,33	3,55
Продукты питания	912,6	5,07	650,49	34,1	4,90	11,76
Прочие товары	112,8	0,63	29,09	61,4	8,81	4,98
Спорттовары	628,0	3,49	790,21	16,1	2,31	120,96
Товары для детей	907,2	5,04	1 235,76	5,3	0,77	41,35
Товары для творчества	425,9	2,36	6 633,39	7,7	1,11	212,06
Цифровая и бытовая техника	3 533,9	19,62	196,91	173,6	24,92	329,01
Цифровые товары	831,5	4,62	-	156,3	22,44	-
Ювелирные изделия и часы	171,3	0,95	433,76	1,4	0,20	221,96
Итого	1 8016,1	100,00	347,37	696,5	100,00	34,13

Источник: составлено и рассчитано авторами на основе данных Ассоциации компаний интернет-торговли [6].

Структура товарооборота в локальной и трансграничной торговле имеет как схожие черты, так и различия. В обоих сегментах лидирующие позиции занимают такие категории, как цифровая и бытовая техника, мебель и товары для дома. Однако в локальной торговле также высока доля одежды и обуви, в то время как в трансграничной торговле значительную долю составляют цифровые товары.

Некоторые категории товаров показали впечатляющий рост в локальной торговле. Например, категория «Товары для творчества» продемонстрировала увеличение на 3 088,13 % в ДФО и на 6 633,39 % – в Забайкальском крае. Это может свидетельствовать об изменении потребительских предпочтений и развитии новых сегментов рынка.

Рассчитаем индексы физического объема и структурных сдвигов (табл. 11).

Таблица 11. Индексы трансграничной и локальной торговли в Дальневосточном федеральном округе и Забайкальском крае

Регион	Индекс физического объема, 2023/2018 гг., %		Индекс структурных сдвигов Рябцева		Индекс структурных сдвигов Гатева	
	Локальная торговля	Трансграничная торговля	Локальная торговля	Трансграничная торговля	Локальная торговля	Трансграничная торговля
Дальневосточный федеральный округ	1,97	0,29	0,28	0,82	0,38	0,90
Забайкальский край	3,47	0,34	0,29	0,74	0,39	0,84

Источник: составлено и рассчитано авторами на основе данных Ассоциации компаний интернет-торговли [6].

Анализ индексов структурных сдвигов Рябцева и Гатева, представленных в табл. 11, указывает на

более существенные изменения в структуре трансграничной торговли по сравнению с ло-

кальной. Для ДФО индексы Рябцева и Гатева для локальной торговли составили 0,28 и 0,38 соответственно, в то время как для трансграничной торговли эти показатели достигли 0,82 и 0,90. Аналогичная картина наблюдается и в Забайкальском крае. Это говорит о том, что структура локальной торговли оставалась относительно стабильной, тогда как трансграничная торговля претерпела значительные изменения.

Такая динамика может быть обусловлена рядом факторов. Во-первых, развитие местной инфраструктуры электронной коммерции и улучшение качества сервиса российских интернет-магазинов могли способствовать переориентации потребителей на внутренний рынок. Во-вторых, внешние факторы, такие как санкции или пандемия Covid-19, могли создать дополнительные барьеры для трансграничной торговли. В-третьих, возможно изменение потребительских предпочтений в пользу отечественных товаров и услуг.

Наблюдаемые тенденции свидетельствуют о значительном потенциале развития локальной интернет-торговли в регионе. Однако важно отметить, что чрезмерное снижение объемов трансграничной торговли может негативно сказаться на конкуренции и ограничить доступ потребителей к международному ассортименту товаров. В связи с этим представляется целесообразным поиск баланса между развитием локальной интернет-торговли и поддержанием трансграничных торговых связей, что может способствовать более устойчивому и разностороннему развитию электронной коммерции в регионе.

Сфера электронной коммерции стремительно развивается, внедряя передовые цифровые технологии для повышения эффективности процессов и улучшения клиентского опыта. Экспортерам важно идти в ногу с новейшими трендами, чтобы оставаться конкурентоспособными на международных рынках. К ключевым перспективным направлениям относятся использование чат-ботов с элементами искусственного интеллекта для автоматизации общения с клиентами; внедрение технологий виртуальной и дополненной реальности для визуализации продуктов; применение анализа «больших данных» и машинного обучения для формирования персонализированных предложений и прогнозирования спроса; обеспечение безопасности электронных транзакций, платежей и защиты персональных данных клиентов с помощью передовых систем кибербезопасности.

Развитие цифровых технологий, в частности искусственного интеллекта, трансформирует мо-

дели взаимодействия не только в сфере *b2c*, но и *b2b*, формируя цифровой профиль потенциальных и реальных покупателей. Цифровые профили покупателей, полученные на основе анализа больших данных, поведенческих паттернов и предпочтений, позволяют экспортерам выстраивать более точечные и персонализированные маркетинговые кампании, предлагать релевантные товары и услуги, что повышает эффективность продаж. Это особенно важно для развития экспорта, поскольку дает возможность лучше понимать специфику зарубежных рынков и адаптировать свое предложение под потребности конкретных целевых аудиторий. Однако узким местом здесь может быть дефицит компетенций в области работы с большими данными и инструментами машинного обучения у субъектов малого и среднего предпринимательства.

По результатам экспертной оценки, экспортно-ориентированные субъекты малого и среднего бизнеса Забайкальского края сталкиваются с рядом внутренних (индивидуальных) и внешних препятствий для развития экспортной деятельности через электронные каналы — от потребности в дополнительном обучении для эффективной работы на электронных торговых площадках, охватывающем такие аспекты, как выбор и оценка зарубежных маркетплейсов, создание грамотных представлений товаров/услуг, навыки проведения онлайн-переговоров и заключения сделок, использование инструментов площадок для логистики, таможенного оформления и платежей, техническая поддержка и интеграция с бизнес-процессами компаний, до повышения уровня и развития компетенций в области электронной коммерции, интернет-маркетинга и специфики работы на международных рынках.

Для системного повышения квалификации экспортно-ориентированных компаний региона целесообразно создание специализированного образовательного центра или программы, охватывающей теоретические аспекты электронной торговли, практические навыки работы с зарубежными маркетплейсами, инструментами продвижения и создания интернет-магазинов, а также вопросы правового регулирования и специфику ведения интернет-торговли в разных странах. Развитие цифровых компетенций позволит предпринимателям Забайкалья эффективно осваивать перспективные каналы сбыта через интернет, выходить на новые географические рынки и стимулировать рост экспорта региона.

Таким образом, для дальнейшего развития экспортной интернет-торговли региона важно

развивать цифровые компетенции предпринимателей, включая навыки работы с зарубежными маркетплейсами, инструментами продвижения, логистикой и правовыми аспектами.

Перспективными направлениями являются внедрение передовых технологий (искусственный интеллект, большие данные, виртуальная реальность) для персонализации предложений, автоматизации процессов и улучшения клиентского опыта. При грамотном развитии цифровых компетенций и использовании современных технологий интернет-торговля может стать драйвером роста экспорта Забайкальского края, позволив

местным предпринимателям выходить на новые зарубежные рынки.

Анализ трансграничной и локальной торговли в ДФО и Забайкальском крае выполнен в рамках государственного задания ИПРЭК СО РАН по проекту № FUIFR-2021-001 «Механизмы обеспечения экономической устойчивости и экологической безопасности в новой модели развития регионов востока РФ в условиях трансграничных отношений и глобальных вызовов 21 в.»

Анализ данных международной торговли выполнен в рамках проекта «Трансформация политических, экономических и деловых процессов в Забайкальском трансграничном регионе» в целях реализации Программы развития ЗабГУ «Приоритет 2030. Дальний Восток»

Литература

1. Аграрии Забайкалья в 2023 году увеличили экспорт в 1,7 раза // Milknews - новости молочного рынка: [сайт]. URL: <https://milknews.ru/index/zatbajkale-ark-agrarii.html> (дата обращения: 25.07.2024).
2. Гаврюшин О.Ю. Новые направления развития трансграничной электронной торговли // Рос. внешнеэкономический вестн. 2024. № 6. С. 107-117.
3. Забайкальский край: экспортёры // ВЭД - рейтинг: [сайт]. URL: <https://vedrating.ru/foreign-traders/exporters-75-world-all/> (дата обращения: 25.07.2024).
4. Кириллова Т.В. Перспективы развития трансграничной электронной торговли в Российской Федерации // Петерб. экономический журнал. 2020. № 4 [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-razvitiya-transgranichnoy-elektronnoy-torgovli-v-rossiyskoy-federatsii> (дата обращения: 11.10.2024).
5. Мелконян Г.Г. Состояние трансграничной электронной торговли в Российской Федерации // Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. № 5-3 [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sostoyanie-transgranichnoy-elektronnoy-torgovli-v-rossiyskoy-federatsii> (дата обращения: 12.10.2024).
6. Сводные аналитические данные // Ассоциация компаний интернет торговли: [сайт]. URL: <https://akit.ru/analytics/analyt-data> (дата обращения: 25.07.2024).
7. Соловьёва Ю.В., Мэнсинь Ю. Текущая ситуация в области развития трансграничной электронной торговли в Китае // Междунар. торговля и торговая политика. 2023. № 9 (2). С. 126-133.
8. Сычева К.Г. Торговое сотрудничество России: формирование стратегического партнерства в условиях санкций // Междунар. торговля и торговая политика. 2024. № 10 (1). С. 144-162.
9. Таможенная статистика // Федер. таможенная служба: [сайт]. URL: <https://customs.gov.ru/statistic> (дата обращения: 25.07.2024).
10. ФТС раскрыла объем внешней торговли России в 2023 году // РБК: [сайт]. URL: <https://www.rbc.ru/economics/14/11/2023/65532b47>

9a79471209aab87e?from=copy (дата обращения: 25.07.2024).

11. Электронная торговля // Комиссия Организации Объединенных Наций по праву междунар. торговли: [сайт]. URL: <https://uncitral.un.org/ru/texts/ecommerce> (дата обращения: 25.07.2024).
12. Thomas J.L. 19 Powerful ecommerce statistics that will guide your strategy in 2023 // Oberlo: [сайт]. URL: <https://www.oberlo.com/blog/ecommerce-statistics> (дата обращения: 25.07.2024).
13. Ecommerce share of retail sales (2021-2027) // Oberlo: [сайт]. URL: <https://www.oberlo.com/statistics/ecommerce-share-of-retail-sales> (дата обращения: 25.07.2024).

References

1. Farmers of Transbaikalia increased exports by 1.7 times in 2023 // Milknews - novosti molochnogo rynka: [sajt]. URL: <https://milknews.ru/index/zatbajkale-ark-agrarii.html> (data obrashcheniya: 25.07.2024).
2. Gavryushin O.Yu. New directions for the development of cross-border electronic commerce // Russian foreign economic journal. 2024. № 6. P. 107-117.
3. Trans-Baikal Territory (Zabajkal'skij kraj): exporters // VED - rejting: [sajt]. URL: <https://vedrating.ru/foreign-traders/exporters-75-world-all/> (data obrashcheniya: 25.07.2024).
4. Kirillova T.V. Prospects for the development of cross-border electronic commerce in the Russian Federation // St. Petersburg Economic Journal. 2020. № 4 [Elektronnyj resurs]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-razvitiya-transgranichnoy-elektronnoy-torgovli-v-rossiyskoy-federatsii> (data obrashcheniya: 11.10.2024).
5. Melkonyan G.G. The state of cross-border electronic commerce in the Russian Federation // Economy and business: theory and practice. 2020. № 5-3 [Elektronnyj resurs]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sostoyanie-transgranichnoy-elektronnoy-torgovli-v-rossiyskoy-federatsii> (data obrashcheniya: 12.10.2024).
6. Summary of analytical data // Associaciya kompanij internet trgovli: [sajt]. URL:

- <https://akit.ru/analytics/analyt-data> (data obrashcheniya: 25.07.2024).
7. Solov'yova Yu.V., Mensin' Yu. The current situation in the development of cross-border e-commerce in China // International Trade and Trade Policy. 2023. № 9 (2). P. 126-133.
 8. Sycheva K.G. Russian trade cooperation: formation of a strategic partnership in the context of sanctions // International Trade and Trade Policy. 2024. № 10 (1). P. 144-162.
 9. Customs statistics // Federal customs service: [sajt]. URL: <https://customs.gov.ru/statistic> (data obrashcheniya: 25.07.2024).
 10. The Federal Customs Service revealed the volume of Russia's foreign trade in 2023 // RBK: [sajt]. URL: <https://www.rbc.ru/economics/14/11/2023/65532b479a79471209aab87e?from=copy> (data obrashcheniya: 25.07.2024).
 11. Electronic commerce // United Nations Commission on International Trade Law (UNCITRAL): [sajt]. URL: <https://uncitral.un.org/ru/texts/ecommerce> (data obrashcheniya: 25.07.2024).
 12. Thomas J.L. 19 Rowerful ecommerce statistics that will guide your strategy in 2023 // Oberlo: [sajt]. URL: <https://www.oberlo.com/blog/ecommerce-statistics> (data obrashcheniya: 25.07.2024).
 13. Ecommerce share of retail sales (2021-2027) // Oberlo: [sajt]. URL: <https://www.oberlo.com/statistics/ecommerce-share-of-retail-sales> (data obrashcheniya: 25.07.2024).