

# **Финтех и электронная коммерция для потребителя B2C: уроки для ЦАРЭС**

**Лия Кастро**

**Региональный семинар АБР по развитию финтех в регионе  
ЦАРЭС**

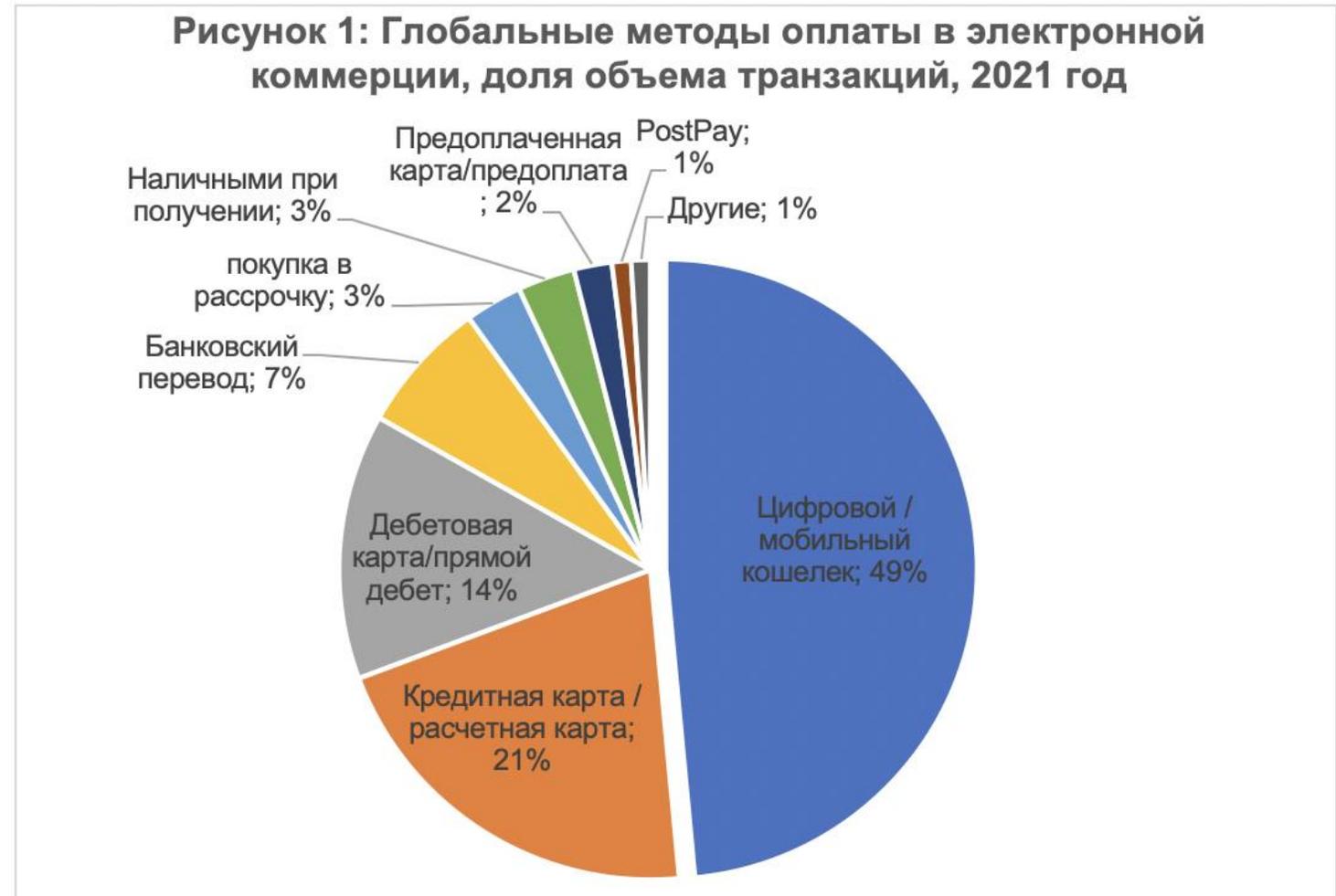
**Тбилиси, Грузия  
21-22 февраля 2024 г.**

# Финтех и электронная коммерция: Экономический рост

- Электронная коммерция B2C, называемая розничной интернет-торговлей или онлайн-шопингом
- Трансграничная розничная интернет-торговля предполагает «поставки в виде посылок», а не навалочных грузов
- Рост трансграничной розничной интернет-торговли, в отличие от внутреннего онлайн-шопинга, обусловлен региональным сотрудничеством.
- Вклад финтех в экономический рост без электронной коммерции ограничен
- Финтех должен расширять бизнес за пределы страны
- Трансграничная розничная интернет-торговля выходит за рамки внутреннего розничного рынка
- Без цифровых платежных систем невозможно осуществление глобальных розничных онлайн-покупок

## Финтех: Основная движущая сила трансграничной розничной интернет-торговли

- «Платежи с использованием финтех произвели революцию в розничной торговле, позволяя принимать даже более мелкие платежи» (АБР 2021 г.)
- В 2021 году 49 % глобальных платежей в электронной коммерции были совершены с помощью цифровых/мобильных кошельков; на платежи с помощью кредитных/акцептных карт приходится меньшая доля объема транзакций - 21 %.
- PayPal, приложение для электронных кошельков, входит в четверку ведущих игроков в мировой индустрии цифровых платежей наряду с крупнейшими компаниями по выпуску кредитных карт – Visa, Mastercard и American Express.



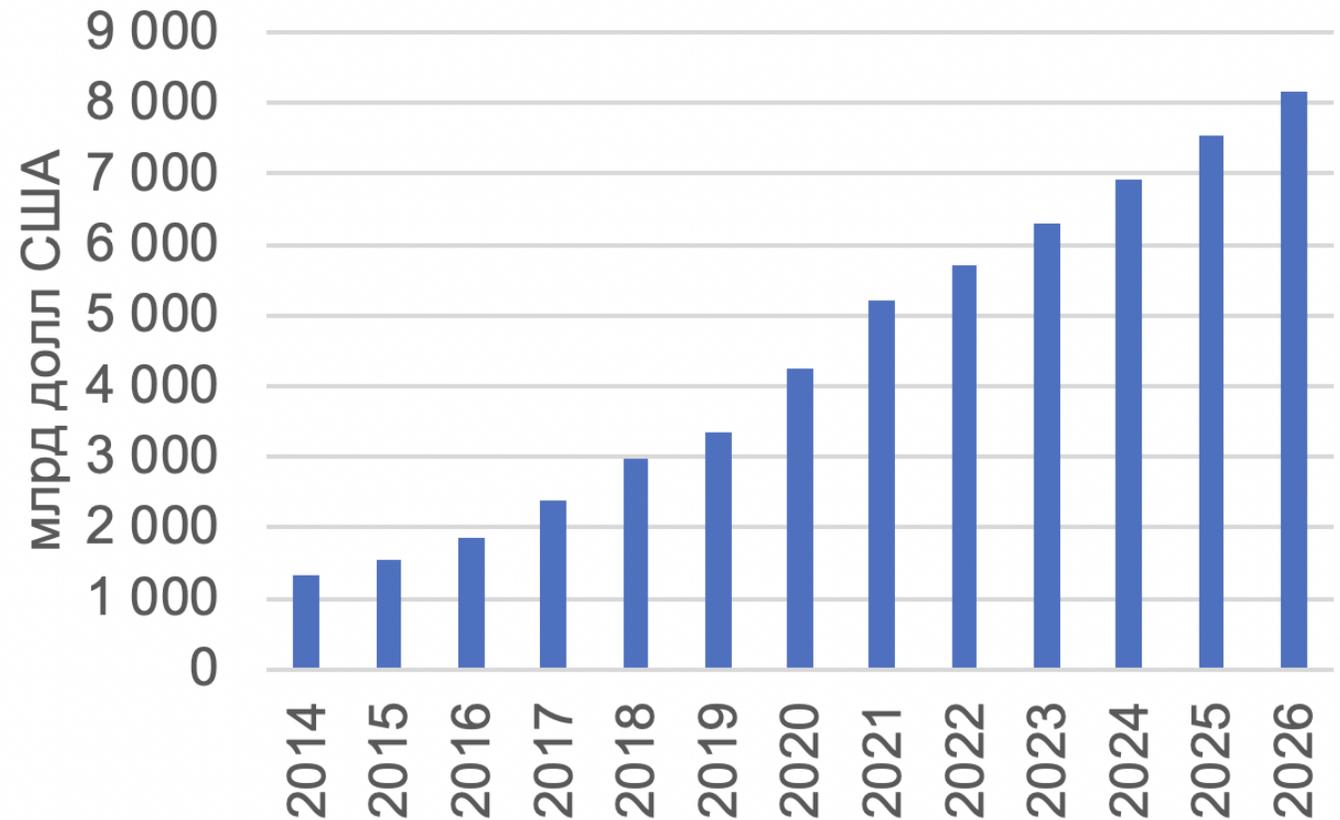
# Финтех: Основная движущая сила трансграничной розничной интернет-торговли



## Рост трансграничной электронной коммерции B2C в мире

- Мировой доход от розничных продаж электронной коммерции увеличился в четыре раза – с 1,3 трлн долларов США в 2014 году до 5,7 трлн долларов США в 2022 году; по прогнозам, в 2026 году он достигнет 8,1 трлн долларов США.
- Доля электронной коммерции в общем объеме мировых розничных продаж увеличилась почти в три раза – с 7 % в 2015 году до 20 % в 2022 году.
- Азия – крупнейший рынок электронной коммерции, на который приходится половина мирового дохода от розничных продаж (данные на 2022 год).
- Доля доходов от трансграничной электронной коммерции остается небольшой и составляет в среднем около 6%.

Рисунок 3: Доход от розничных продаж в сфере электронной коммерции в мире



# Рост трансграничной электронной коммерции B2C в мире

- Возможности для роста с учетом размера рынка и расходов глобального потребительского класса
- По оценкам, численность глобального потребительского класса составляет 4 млрд человек, из которых 55% приходится на Азию.
- По оценкам, расходы потребительского класса составляют 63 трлн долларов США; на долю Азии приходится 41 %, что эквивалентно примерно 26 трлн долларов США (данные на 2021 год).
- Основные игроки: Alibaba Group и Amazon;



# Электронная коммерция В2С: Регион ЦАРЭС

- На КНР приходится почти весь (99%) общий доход от электронной коммерции В2С в регионе ЦАРЭС в 2022 году – 1,3 миллиарда долларов США в 2022 году.
- ЦАРЭС-9 исключает КНР и Афганистан
- Доходы электронной коммерции ЦАРЭС-9 в 2022 году составят US\$ 14 млрд.
- Среди стран ЦАРЭС-9 в 2022 году четыре страны-лидера по выручке от электронной коммерции и размеру рынка – Пакистан, Казахстан, Азербайджан, Узбекистан

Таблица 1: Доходы электронной коммерции (В2С) в ЦАРЭС , в млн. долларов США, 2022 и 2027 гг.

Страна-член ЦАРЭС	2022	2027
Афганистан	Исключен из исследования	
<b>Азербайджан</b>	<b>1 762</b>	<b>3 448</b>
Грузия	561	1 146
<b>Казахстан</b>	<b>2 878</b>	<b>5 909</b>
Кыргызстан	415	799
Монголия	374	716
<b>Пакистан</b>	<b>6 066</b>	<b>8 101</b>
<b>КНР</b>	<b>1 306 000</b>	<b>2 375 000</b>
Таджикистан	255	472
Туркменистан	297	543
<b>Узбекистан</b>	<b>1 335</b>	<b>2 640</b>
<b>Всего по ЦАРЭС</b>	<b>1 319 942</b>	<b>2 398 772</b>
<b>Итого по ЦАРЭС с/без КНР, Афганистана</b>	<b>13 942</b>	<b>23 772</b>

# Размер рынка электронной коммерции ЦАРЭС

- В 2022 году размер рынка электронной коммерции B2C в ЦАРЭС-9 составит 84 миллиона человек - намного меньше, чем размер рынка АСЕАН в 366 миллионов.

Таблица 2: ЦАРЭС: Размер рынка электронной коммерции, B2C, количество пользователей, в млн., 2022 и 2027 гг.

Страна-член ЦАРЭС	2022	2027
Афганистан	Исключен из исследования	
<b>Азербайджан</b>	<b>3,6</b>	<b>4,0</b>
Грузия	1,8	2,2
<b>Казахстан</b>	<b>4,7</b>	<b>5,4</b>
Кыргызстан	2,2	3,0
Монголия	1,2	1,8
<b>Пакистан</b>	<b>54,8</b>	<b>70,8</b>
<b>КНР</b>	<b>1 050,0</b>	<b>1 340,0</b>
Таджикистан	2,2	3,2
Туркменистан	1,4	2,1
<b>Узбекистан</b>	<b>12,4</b>	<b>15,9</b>
Всего по ЦАРЭС	1 134,4	1 448,4
Итого по ЦАРЭС с/без КНР, Афганистана	84,4	108,4

# Онлайн-покупатели в ЦАРЭС

- В 2019 году онлайн-покупатели в Казахстане, Таджикистане и Грузии не составили и трети интернет-пользователей
- Интернет-пользователи в регионе ЦАРЭС просматривают онлайн-площадки, но не совершают покупки

Таблица 3: Онлайн-покупатели в регионе ЦАРЭС, 2019 г.

Страны ЦАРЭС	Совершают покупки в Интернете (% населения)	Совершают покупки в Интернете (% интернет пользователей)
Афганистан	Исключен из исследования	
Азербайджан	4,9	6
КНР	62	79
Грузия	14	21
Казахстан	24	28
Кыргызстан	6	8
Монголия	7	9
Пакистан	1	7
Таджикистан	10	27
Туркменистан	3	6
Узбекистан	2	5

# Электронная коммерция В2С: Регион ЦАРЭС в сравнении с регионом АСЕАН

- Доход от электронной коммерции ЦАРЭС-9 в 2022 году составит 14 миллиардов долларов США, что значительно отстает от дохода АСЕАН в 120 миллиардов долларов США
- По прогнозам, ЦАРЭС-9 не догонит АСЕАН в 2027 году
- Заметный рост доходов от электронной коммерции в АСЕАН объясняется инновациями в сфере финтех, благоприятной государственной политикой и региональным сотрудничеством

Таблица 4: АСЕАН и ЦАРЭС: Доходы от электронной коммерции (В2С), в млн. долларов США, 2022 и 2027 гг.

	2022	2027
АСЕАН	120 235	224 900
ЦАРЭС	1 319 942	2 398 772
ЦАРЭС 9	13 942	23 772

# Глобальная перспектива – преимущества и ограничения трансграничной электронной коммерции в сегменте B2C

## Преимущества

- Включение ММСП в международную торговлю, возможности для расширения бизнеса; гендерная интеграция (большинство ММСП принадлежат женщинам); расширение логистического бизнеса
- Повышение благосостояния потребителей: выгоды от расширения прав и возможностей благодаря доступу к более широкому выбору товаров и цен
- Повышение благосостояния потребителей: удобство, экономия времени

## Ограничения

- Для ММСП - недостаточный оборотный капитал
- Для потребителей
  - упущенный опыт покупок
  - обеспечение качества
  - кибербезопасность
  - надежность логистики электронной коммерции в сегменте B2C

# Трансграничная электронная коммерция и инициативы регионального сотрудничества АСЕАН

Инициативы регионального сотрудничества АСЕАН, которые способствовали развитию трансграничной электронной коммерции в сегменте В2С:

- Рамочное соглашение е-АСЕАН (2000)
- Единое окно АСЕАН для упрощения процедур торговли (2005 г.)
- Семинар по трансграничной электронной торговле: На пути к бесперебойной связи (2017)
- Правило «De Minimis», инициатива МТП и ВТамО

# Дальнейшее развитие в регионе ЦАРЭС

- Финтех и трансграничная электронная коммерция в сегменте B2C: лошадь и повозка



# Дальнейшее развитие в регионе ЦАРЭС

- Дорожная карта регионального сотрудничества в области финтех должна включать трансграничную электронную коммерцию в сегменте B2C
- Использовать опыт АСЕАН при составлении карты будущего развития региона ЦАРЭС в области Финтех и электронной коммерции B2C
- Политические рекомендации исследования «Финтех, стимулирование торговли и торговое финансирование: Уроки для ЦАРЭС»:
  - Оценка и мониторинг прогресса электронной коммерции в ЦАРЭС в сегменте B2C как на внутреннем, так и на трансграничном рынках
  - Просвещение заинтересованных сторон – потребителей и ММСП - о выгодах электронной коммерции B2C для их благосостояния
  - Достижение консенсуса между правительствами стран-членов ЦАРЭС относительно цифрового будущего ЦАРЭС через соглашения о региональном сотрудничестве
  - Включить стратегии в области финтех и электронной коммерции в Дорожную карту цифрового будущего ЦАРЭС;
  - Расширить области сотрудничества и взаимодействия в сфере электронной коммерции в сегменте B2C за пределами региона программы ЦАРЭС