

**МЕЖДУНАРОДНАЯ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ
В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19**

Становление Интернета в качестве общедоступной во всем мире сети в конце прошлого столетия ознаменовало появление такого понятия в экономике, как интернет-торговля. На протяжении двух последних десятилетий объемы международной интернет-торговли непрерывно росли. Особенно высокие показатели ее роста наблюдались с наступлением пандемии COVID-19, которая вынудила всех участников рынка пересмотреть традиционные бизнес-модели.

Согласно статистическим данным в 2020 г. по отношению к 2019 г. объемы мировой интернет-торговли увеличились на 27,6 %, а в 2021 г. прирост составил 19,6 % (Retail e-commerce sales worldwide from 2014 to 2024, <https://www.statista.com/statistics/534123>). Главным фактором столь стремительного роста интернет-торговли за последние два года безусловно стала пандемия COVID-19. Ограничительные меры, введенные в ряде стран в связи с пандемией, вынудили многие офлайн-магазины приостановить свою деятельность или перейти на удаленный режим работы. Единственным способом поддержания продаж для подобных организаций стала интернет-торговля.

Локдаун также отразился на поведении покупателей, для которых интернет-магазины стали безопасным, удобным и в некоторых случаях единственным возможным средством приобретения необходимых товаров. На

увеличение количества онлайн-покупателей также повлиял переход многих организаций на удаленный режим работы, что привело к миграции работников из крупных городов. Ввиду недостаточного ассортимента товаров по сравнению с ассортиментом, предлагаемым в больших городах, многие покупатели начали прибегать к услугам интернет-магазинов.

Стоит отметить, что появление большого количества новых игроков в сфере интернет-торговли и усиление конкуренции между ними привело к улучшению качества работы интернет-магазинов и росту доверия к ним среди покупателей. Примечательно, что в поисках конкурентных преимуществ во время пандемии широкое распространение среди продавцов получила так называемая модель brick-to-click, которая предполагает совмещение традиционных способов ведения бизнеса и онлайн-способов взаимодействия с клиентами. Главным преимуществом такой модели для продавцов является возможность извлечения выгоды как с традиционных, так и с онлайн-способов сбыта продукции, что дает им конкурентные преимущества перед фирмами, осуществляющими продажи только традиционно или только онлайн.