

УДК 339.163.2(470)

**ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ В РОССИИ: ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ****Голова Е.Е., Баранова И.В.***ФГБОУ ВО «Омский государственный аграрный университет имени П.А. Столыпина»,  
Омск, e-mail: ee.golova@omgau.org*

Торговля всегда выступала одной из основных отраслей экономики, однако с внедрением информационных технологий и широким распространением сети Интернет отрасль отреагировала на это внедрением онлайн-торговли, и это направление становится очень популярно по всему миру. Россия среди остальных стран мира ещё недостаточно развита в этом направлении, но последние исследования показывают, что российские потребители становятся все более активны в интернет-покупках, вовлекая все возрастные слои населения. Несмотря на популярность этого вида торговли в ее осуществлении имеется масса пробелов, среди которых: неразвитость нормативно-правовой базы, отсутствие единой трактовки в терминологии, проблема незащищенности персональных данных и т.д. Привлекательность этого вида торговли обусловлена ещё и тем, что позволяет снижать затраты, заказы могут приниматься круглосуточно и т.д. С введением режима самоизоляции вопреки всем прогнозам уровень интернет-торговли вырос в несколько раз, цена в чеке снизилась, но объем заказов повысился из-за частоты заказов. В статье делается аналитический обзор e-commerce по итогам 2019 г. на основании исследований различных аналитических агентств и дается прогноз развития данного вида торговли по оценкам специалистов.

**Ключевые слова:** торговля, сеть Интернет, электронная коммерция**E-COMMERCE IN RUSSIA: FEATURES AND PROSPECTS****Golova E.E., Baranova I.V.***Omsk State Agrarian University, Omsk, e-mail: ee.golova@omgau.org*

Trade has always been one of the main branches of the economy, however, with the introduction of information technologies and the widespread use of the Internet, the industry has responded to this by introducing online trading and this direction is becoming very popular around the world. Russia among the rest of the world is not yet sufficiently developed in this direction, but recent studies show that Russian consumers are becoming more active in online shopping, involving all age groups of the population. Despite the popularity of this type of trade, there are a lot of gaps in its implementation, including: the lack of a developed regulatory framework, the lack of a unified interpretation in terminology, the problem of personal data insecurity, etc. The attractiveness of this type of trade is also due to the fact that it allows you to reduce costs, orders can be accepted around the clock, etc. With the introduction of self-isolation, contrary to all forecasts, the level of online trading has increased several times, the price in the receipt has decreased, but the volume of orders has increased due to the frequency of orders. The article provides an analytical review of e-commerce at the end of 2019 based on research by various analytical agencies and provides a forecast of the development of this type of trade according to experts.

**Keywords:** trade, Internet, electronic commerce

В современном мире одним из наиболее перспективных средств массовой коммуникации является Интернет. Количество пользователей с каждым годом растёт, затрагивая даже возрастные слои населения, что не могло повлиять на развитие такого понятия, как интернет-торговля. Это обусловлено ужесточением конкуренции в сфере торговли и расширением мирового экономического пространства. Кроме того, растущие с каждым годом требования потребителей к качеству товаров и услуг, а также нестабильная ситуация в экономике многих стран приводят к тому, что торговые организации вынуждены искать дополнительные источники доходов. Несомненным преимуществом интернет-торговли является скорость, несколько более низкая себестоимость, все это позволяет эффективнее осуществлять сделки и в режиме реального времени проводить расчёты между продавцом и покупателем. Такие технологии дают возможность российским предприятиям

в сфере торговли активнее сотрудничать с различными экономическими субъектами, активизировать международную торговлю и более активно привлекать зарубежных инвесторов в свой бизнес. В настоящее время вопросы интернет-торговли становятся все более популярными, однако тема развития интернет-торговли в России до сих пор комплексно недостаточно изучена. Во многих научных трудах анализируется мировой опыт, который просто переносят на российскую реальность, забывая, что необходима коррекция с учётом особенностей и адаптация к отечественной действительности.

Вопросами изучения интернет-торговли занимались такие учёные, как Е.Ф. Авдокушина, И.Т. Балабанов, С.Ю. Глазьев, Н.И. Соловьяненко, Л.А. Новомлинский, М.И. Фрид, А.Н. Соколова, Н.И. Герашенко, А.В. Медведева, А.М. Самойлов, А.А. Кантарович, О.А. Кобелева, И.Г. Кузьмин, С.Ю. Ревин, Р.М. Садретдинов, А.А. Тедеева, И.В. Успенский, И.П. Фаминский, В.В. Царев и др. [1].

Среди зарубежных учёных можно выделить труды А. Саммера, Б. Гейтса, Д. Клосса Дж., Г. Дункана, Д. Козье, Д. Вакка, Л. Митчела, Д. Данна, Д. Саймоне, К. Пейтла, Л. Реймана, М. Мак-Картина, Л. Донна, Т.Р. Новака, Т. Уилсона, Б. Игера, Д. Левина, К. Бароди, Р. Линдина, Ф. Триливена и других учёных [2].

Цель исследования: изучение современного состояния и основных тенденций интернет-торговли в России и определение перспектив ее развития.

Предмет исследования: механизм осуществления торговли посредством сети Интернет и происходящие в ней процессы.

Объект исследования: организации торговли, осуществляющие продажу товаров и услуг через Интернет.

### Материалы и методы исследования

Обсуждая тему интернет-торговли, нельзя не обратить внимание на несовершенство и неразвитость понятийного аппарата в этой сфере. Кто-то из учёных считает, что интернет-торговля и электронная коммерция одно понятие, однако есть и мнения, что это разные понятия. Так, С.Д. Велигурский [1] разводит понятие интернет-торговли и электронной коммерции, определяя между ними и сходные качества, и очевидные различия. А, например, Т.В. Горина [3] помимо авторской трактовки понятий «интернет-торговля» и «электронной коммерции» даёт ещё трактовку понятия «электронная торговля».

В самом общем виде можно сказать, что многие авторы понимают интернет-торговлю как форму электронной торговли посредством сети Интернет [3]. А электронную торговлю (англ. Electronic trading, eTrading, e-Trading) рассматривают как торговлю, где электронным способом происходит реализация как товаров, так и работ, услуг [3]. E-commerce, или электронная коммерция, трактуется как вид деятельности, которая связана с распространением и продвижением товаров и услуг через сеть Интернет [4].

В мировом масштабе лидерами электронной коммерции в 2019 г. являются рынки таких стран, как Китай – 672 млрд долл.; США – 340 млрд долл.; Япония – 79 млрд долл.; Германия – 73 млрд долл.; Великобритания – 49 млрд долл.; Франция – 43 млрд долл.; Южная Корея – 37 млрд долл.; Канада – 30 млрд долл.; Россия – 20 млрд долл.; Бразилия – 19 млрд долл. Существует пять форм, которые выделяют в настоящее время в области торговли посредством Интернет (рис. 1) [4].

Как видно из рис. 1, в России в настоящее время сложилась своя система онлайн-торговли. На рисунке перечислены основные формы торговли посредством сети Интернет. Существенным преимуществом данной торговли, несомненно, является возможность торговым предприятиям снизить свои издержки и увеличить скорость продаж, оставаясь при этом всегда на связи с потенциальным покупателем. Так, осуществить покупку можно, в отличие от классических магазинов, в любое время суток, что делает данный вид торговли более доступным и привлекательным, особенно это пользуется спросом у молодых людей, которые много работают и не всегда имеют возможность посещать магазины. Но, как и у любой системы, в ней есть свои недостатки, их, конечно же, гораздо больше, и чем шире становится сеть такой торговли, тем больше растёт число, например, мошеннических схем, в результате которых покупатель может расстаться с деньгами, так и не получив взамен товар или услугу. Данный вид торговли предполагает наличие знаний в области информационных технологий и зависимость от стабильно работающей сети. Тем не менее, несмотря на ряд проблем и недостатков онлайн-торговли, многие специалисты пророчат большое будущее торговле через сеть Интернет.

### Результаты исследования и их обсуждение

По данным Ассоциации компаний интернет-торговли по итогам 2019 г. доля такой торговли в России занимает в общем обороте розничной торговли 6,1%. Для сравнения в Китае доля e-commerce составляет 36,6%, в Англии – 22,3%, а в США – 16%. Таким образом, в России на данный момент этот вид торговли ещё не столь популярен, как в странах Европы и на Западе. По усреднённым данным в 2019 г. 47,2 млн чел. были потенциальной покупательской аудиторией e-commerce. Так, в 2017 г. пользователей интернета было в России 87 млн чел., уже в 2018 г. стало 90 млн чел., и уже в 2019 г. их число возросло до 94,4 млн чел., т.е. прирост составил 4,4 млн чел. за последний год [5].

Интернет проник во все возрастные группы, так, в возрасте от 12 лет около 78% населения пользуются интернетом, причём около 90% из них пользуются каждый день. По итогам 2019 г. было зафиксировано: объем выручки – 1,6 трлн руб.; объем заказов 425 млн ед.; средняя сумма заказа 3800 руб.; прирост активности за год около 25%. Объем заказов через интернет стремительно растёт (рис. 2). Ещё в 2011 г. объем продаж состав-

лял 240 млрд руб., а уже в 2019 г. составил 1620 млрд руб., что на 1320 млрд руб. больше. Число продаж увеличивается с каждым годом, что происходит за счёт повышения частоты продаж.

Если говорить о структуре покупок, то тут необходимо отметить, что в 2019 г. 30,5% всех продаж пришлось на покупку цифровой и бытовой техники, далее 25,9% – это одежда и обувь, 8,7% – мебель и товары для дома, 8,6% – продукты питания, 5,9% – прочее, 4,9% – запчасти и автоаксессуары, 4,0% – красота и здо-

ровье, 3,7% – инструменты и садовая техника, 2,2% – книги, 1,5% – товары для детей, 1,3% – спорттовары и 1,1% – подарки и цветы. Таким образом, видно, что структура покупок весьма разнообразна. Если говорить о территориальной активности, то тут нужно отметить Центральный округ России – 41,7% всего товарооборота онлайн-торговли, второе место занимает Северо-Западный федеральный округ – 15%, третье место досталось Приволжскому федеральному округу 13,3%, четвёртое – Сибирскому округу 8,5%.

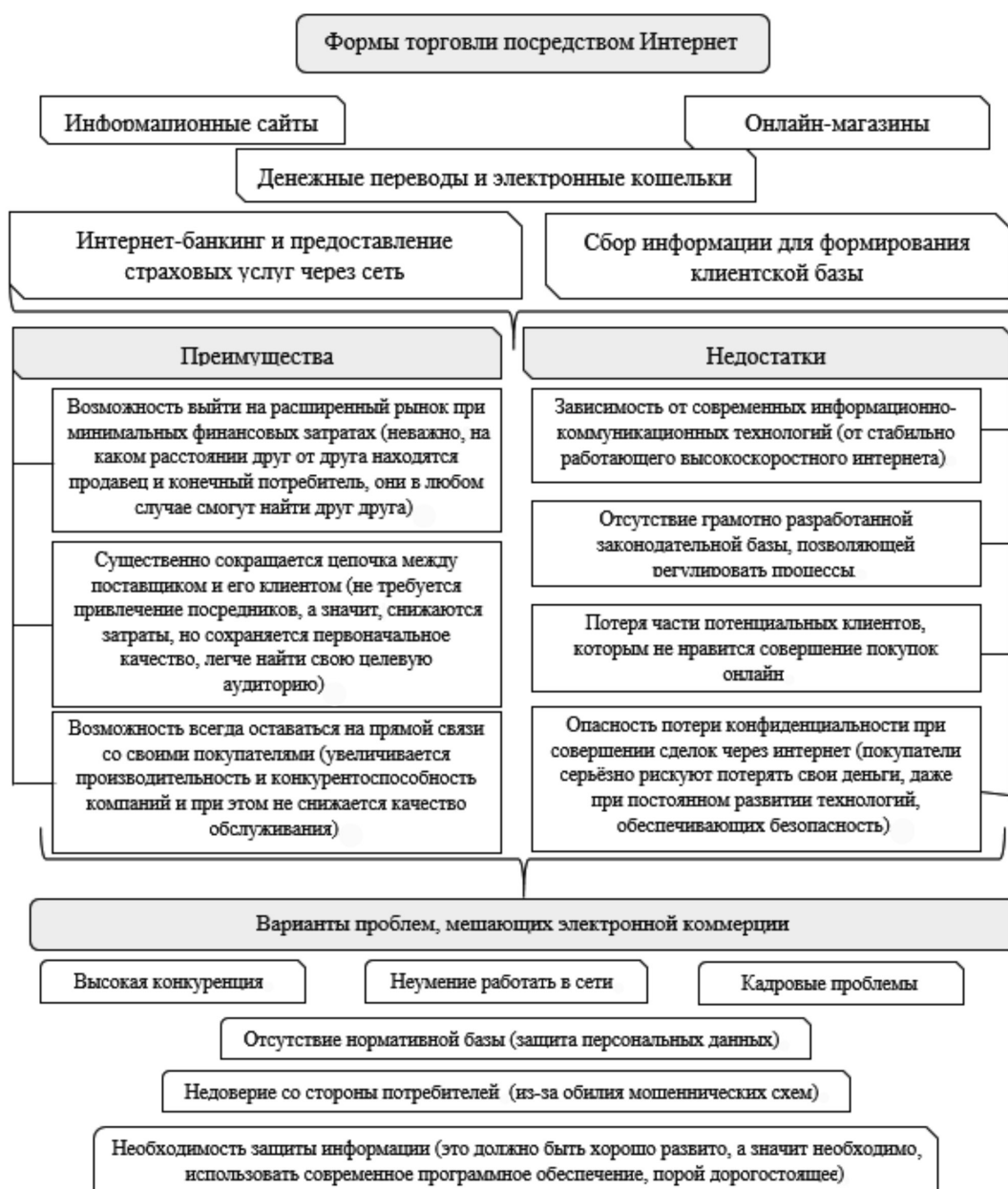


Рис. 1. Современные возможности и угрозы онлайн-торговли в России

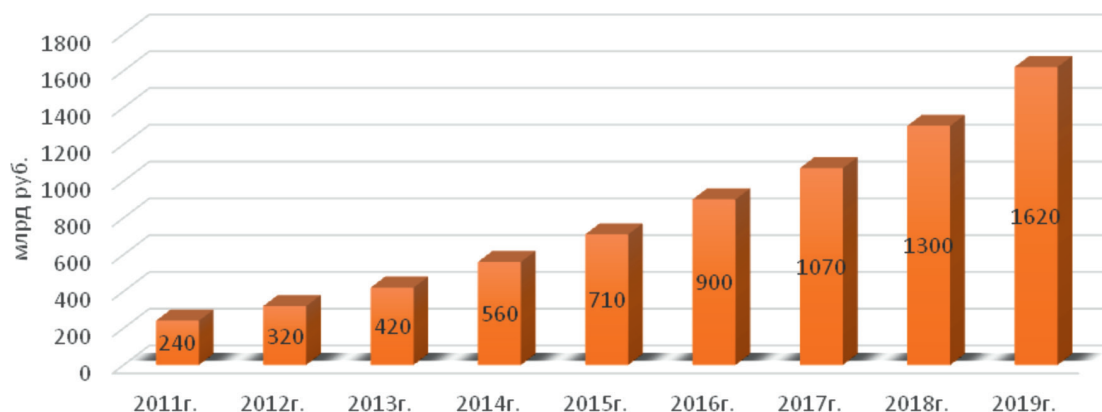


Рис. 2. Динамика онлайн-продаж в России за 2011–2019 гг., млрд руб. [6]

Менее активны Северо-Кавказский федеральный округ – 2% и Дальневосточный федеральный округ – 5,1% [6]. Зарубежными интернет-магазинами пользуются тоже достаточно активно, так в 2013 г. из зарубежных онлайн-магазинов было 35 млн отправок, а вот уже в 2016 г. – 233 млн отправок, в 2019 г. – 323,3 млн отправок. Больше всего заказов идёт из Азии – 62,5%, второе место, 26,2%, занимает Европа, третье место Америка – 10,3%, четвертое – Африка, Австралия, Океания – 1%. Общий объем зарубежных покупок россиян в 2019 г. составил 586 млрд руб.

2020 год стал испытанием на прочность для всей экономики, и это не могло не коснуться интернет-торговли. Прежде всего, изменился механизм доставки, и потребители стали заказывать предметы первой необходимости. Агентство CMS AdvantShop [6] отметило, что несмотря на трудности в экономике онлайн-торговля выросла по сравнению с прошлым годом. Так, в апреле 2020 г. открылось почти в полтора раза больше интернет-магазинов, чем за этот же промежуток 2019 г. С начала режима самоизоляции в апреле 2020 г. оборот крупнейших ритейлеров увеличился почти на 24% по сравнению с мартом и на 36% по сравнению с апрелем 2020 г. Объем заказов в среднем вырос на 25%. Наибольший интерес вызывали такие товары, как продукты питания, хобби, рукоделие, товары для детей, товары для дома и сада, а вот достаточно ощутимо упали продажи в области косметики, мебели, подарков, техники, зоотоваров. Причём продукты питания [7] стали покупать не только больше в интернете, выручка магазинов увеличилась почти на 250% в сравнении с апрелем 2019 г. Почти не изменились продажи в секторе одежды, что не совсем логично, ведь из-за режи-

ма самоизоляции люди были ограничены в посещении общественных мест, разве что по необходимости. Был отмечен спрос на предметы личной защиты, что привело к росту цен и спекуляции на них, вырос объем продаж антисептиков, перчаток, масок. Вырос спрос на лекарства, что закономерно, и средняя цена чека составила 1670 руб., а онлайн-заказы выросли на 98%.

Ещё одна особенность e-commerce заключается в том, что как мужчины, так и женщины совершают покупки с одинаковой частотой, но мужчины предпочитают больше денег тратить на транзакцию. Среди женщин наиболее популярны темы здоровья, красоты и ухода за собой, а вот мужчины предпочитают тратить на покупку электроники. Немаловажную роль в развитии электронной коммерции играет логистика. Многие лидеры онлайн-торговли пытаются снизить свою зависимость от услуг «Почты России», что ведёт к тому, что строятся собственные пункты выдачи, и активно осуществляют покупки логистических сооружений. Многие эксперты прогнозируют, что будет расти популярность самовывоза. По статистике около 40% клиентов предпочтут отказаться от дорогой доставки, нежели переплатить. По данным исследований агентств Data Insight совместно с RBK Money в области электронных платежей были определены наиболее важные особенности современного рынка e-commerce (рис. 3) [8].

Тратить средства на онлайн-покупки стали больше городские жители, чем сельские, что связано в сельской местности с более низким уровнем дохода, а также с нерегулярной доступностью интернета: до сих пор есть сельские территории, в которых интернет либо отсутствует, либо доступен лишь в определённых местах [9].



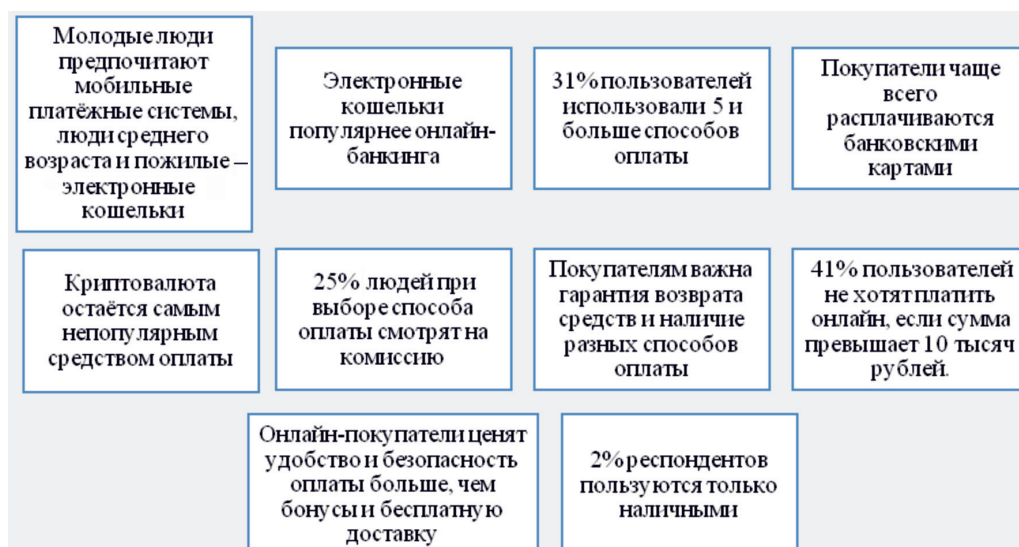


Рис. 3. Особенности осуществления онлайн-торговли в России по итогам исследований в 2019 г.

Среди основных поставщиков онлайн-торговли можно выделить по исследованиям агентства Data Insight таких крупных ритейлеров, входящих в ТОП-100, как Wildberries, который вот уже четыре года как возглавляет рейтинг по объёму выручки на рынке. Второе место занял сетевой магазин Citilink, третье место принадлежит компании Ozon, четвёртое – Mvideo и пятёрку замыкает DNS-Shop. Как показало исследование, эффективность работы онлайн-ритейлеров во многом зависит от категории товара: так, например, компания-лидер Wildberries: объем заказов вырос за последний 2019 г. на 110%, а вот средний чек в суммовом выражении упал до 1380 руб., что на 10% ниже, чем в 2018 г. Тем не менее данный факт не помешал компании значительно увеличить выручку по итогам года с 152 млн до 210 млн руб. У такого крупного ритейлера, как Aliexpress, рост заказов вырос на 154%, а вот объем продаж вырос ещё больше – на 162%. А вот несмотря на снижение суммы в чеке такой интернет-магазин, как Petrovich.ru, оказался в лидерах по данному показателю, что объясняется высокой стоимостью товара и его популярностью.

### Выводы

Рынок электронной коммерции в мире переживает одну из самых значимых трансформаций. В настоящее время в связи с обстоятельствами пандемии меняются все установки, которым был подвержен этот рынок. Меняется потребительское поведение, влияние сезонности, объем одного

чека, место и способ покупок и другие факторы. Помимо торговли, в электронной коммерции появились услуги образовательных учреждений, где прирост составил 32%. В категории видеосервисов прирост составил 49%, а доставка продуктов выросла на 79%. Рост популярности медицинских услуг вырос до 28%. Из-за пандемии многие покупатели (около 40%) стали покупать в интернете то, что ранее приобретали исключительно в магазинах, а 25% населения нашли для себя новые порталы, услугами которых остались довольны и стали их постоянными покупателями даже после снятия режима самоизоляции. Ожидается, что в перспективе (до 2024 г.) рынок электронной коммерции постепенно справится с текущими проблемами и сбоями, изменятся требования к работе с данными, во главе встанут технологии, которые позволят общаться с потенциальными покупателями на всех этапах формирования заказа, что повысит стоимость одного чека. Как отмечают многие аналитики, этот процесс уже начался, поскольку меняется и сам покупатель, и его отношение к онлайн-торговле, его запросы и пожелания [10].

### Список литературы

1. Валигурский С.Д. Организационно-экономические основы формирования и развития Интернет-торговли: автореф. дис. ... канд. экон. наук. Москва, 2012. 24 с.
2. Казакова К.В., Пушилин Д.В. Перспективы развития интернет-торговли в России // *Фундаментальные исследования*. 2014. № 12 (9). С. 1968–1972.
3. Горина Т.В. Организация электронной торговли в магазинных форматах: автореф. дис. ... канд. экон. наук. Нижний Новгород, 2010. 22 с.

- 
4. Электронная коммерция: что это такое и как работает коммерция в Интернете. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.calltouch.ru/glossary/elektronnaya-kommertsiya/> (дата обращения: 07.11.2020).
5. Рынок Интернет-торговли в России. Результаты за 2019 год. [Электронный ресурс]. URL: [https://akit.ru/analytics\\_2019/](https://akit.ru/analytics_2019/) (дата обращения: 08.11.2020).
6. Что и как покупают в интернете жители России: аналитика и статистика за 2020 год. [Электронный ресурс]. URL: <https://cms-rating.ru/chto-i-kak-pokupayut-v-internete/> (дата обращения: 14.11.2020).
7. Голова Е.Е., Гончаренко Л.Н. Документальное оформление исчисления себестоимости продукции растениеводства // Фундаментальные исследования. 2018. № 12–2. С. 240–244.
8. Самый полный обзор статистики электронной торговли в мире за 2019. [Электронный ресурс]. URL: <https://ecomhub.ru/samyj-polnyj-obzor-statistiki-jelektronnoj-torgovli-v-mire-za-2019/> (дата обращения: 14.11.2020).
9. Дмитренко Е.А., Голова Е.Е. Показатели качества жизни сельского населения // Московский экономический журнал. 2018. № 5. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pokazateli-kachestva-zhizni-selskogo-naseleniya/viewer> (дата обращения: 14.11.2020).
10. Новый мир e-commerce в России: как изменился рынок в 2020 году и что его ждёт. [Электронный ресурс]. URL: [https://finance.rambler.ru/other/44980003/?utm\\_content=finance\\_media&utm\\_medium=read\\_more&utm\\_source=copylink](https://finance.rambler.ru/other/44980003/?utm_content=finance_media&utm_medium=read_more&utm_source=copylink) (дата обращения: 21.11.2020).