

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ

В. И. Мурар

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

Поступила в редакцию 12 марта 2018 г.

Аннотация: в статье проведен анализ текущего положения российского рынка интернет-торговли. Методами теоретического, сравнительного и статистического анализа определены основные показатели, характеризующие степень развития данного сегмента, в том числе по отношению к другим странам, выявлены структура и особенности развития рынка в современных условиях. На основе междисциплинарного подхода, опирающегося на положения экономики торговли и информационно-коммуникационных технологий, в ходе проведенного исследования определены факторы, сдерживающие развитие интернет-торговли в России, и обоснована необходимость реформирования и проведения эффективной государственной политики в данной сфере.

Ключевые слова: Интернет, интернет-торговля, электронная торговля, интернет-магазин, онлайн-продажи.

Abstract: the article analyzes the current situation of the Russian Internet market. Methods of theoretical, comparative and statistical analysis determine the main indicators characterizing the degree of development of this segment, including in relation to other countries. The structure and features of market development in modern conditions are revealed. Based on the interdisciplinary approach, based on the provisions of the economics of trade and information technologies, the study identified factors that hamper the development of Internet trade in Russia and substantiated the need to reform and implement effective state policy in this area.

Key words: Internet, Internet trade, e-commerce, online store, online sales.

Торговля в Интернете постепенно становится неотъемлемой частью мировой экономики. Рост доли электронной торговли в мировом торговом обороте является естественным результатом проникновения Интернета и развития информационного общества.

В настоящее время крупнейшим рынком электронной коммерции с оборотом более 681 млрд долл. является Китай, за которым следуют США (438 млрд долл.) и Великобритания (196 млрд долл.). Несмотря на разный уровень развития данного сегмента в макрорегионах, средний показатель роста электронной торговли по всем регионам составляет 17 % [1].

Ускоренный рост рынка электронной торговли вызван, прежде всего, глобальным распространением широкополосного доступа к сети Интернет, а также процессами глобализации мировой экономики. Также к основным причинам активного роста интернет-торговли в России можно отнести:

– невысокие барьеры для входа предпринимателей на виртуальный рынок (низкие издерж-

ки: отсутствие расходов на аренду или покупку и обслуживание торговых площадей, на содержание широкого штата персонала), что позволяет предлагать товары и услуги по более низким ценам;

– стабильный прирост числа потребителей, приобретающих товары через Интернет, за счет широкого ассортимента и ценовой доступности товаров и услуг в условиях кризиса;

– создание разнообразных платежных сервисов, увеличение платежей с помощью банковских карт;

– развитие бизнеса традиционными ритейлерами путем создания новых менее затратных электронных каналов сбыта (открытие интернет-магазинов, магазинов формата дискаунтера и скидков).

Следуя мировым тенденциям, электронная торговля в России развивается достаточно быстрыми темпами, постепенно увеличивая свою долю в общем объеме товарооборота страны. Так, объем рынка интернет-торговли в России увеличился в 2,3 раза за период 2012–2016 гг. и в 2016 г. возрос на 21 % по отношению к 2015 г. (рис. 1).



Рис. 1. Объем рынка интернет-торговли в России в период 2012–2016 гг. [2]

Высокие темпы прироста показателей объема интернет-торговли (2016 г. – 21 %, 2015 г. – 7 %, 2014 г. – 31 %) свидетельствуют об изменении потребительских предпочтений в сторону постепенного увеличения покупок в интернет-магазинах и сокращении приобретения товаров в традиционных магазинах ритейла. Как правило, к основным факторам в пользу онлайн-покупок относят: нежелание траты времени в очередях, возможность приобретения товаров практически вне зависимости от времени и места проживания (круглосуточное оформление заказов, возможность покупки и доставки в труднодоступные, отдаленные регионы), нивелирование асимметрии информации (возможность сравнения характеристик товаров, ознакомление с отзывами о продукции), широкий ассортимент продукции.

Однако для понимания роли электронной торговли в сфере потребительского рынка – розничной торговле – необходимо сопоставить показатели объема интернет-торговли с оборотом розничной торговли (табл. 1).

Как мы можем проследить, в рассматриваемый период абсолютные значения оборота розничной торговли и интернет-торговли показывают тенденцию к усилению, а также характерно увеличение

веса электронной торговли в общем товарообороте страны (на 1,3 %).

В целях определения зрелости российского рынка интернет-торговли по отношению к мировому уровню развития данного сегмента был проведен анализ рынка интернет-торговли по странам по таким показателям, как численность населения, проникновение Интернета, доля онлайн-покупателей, доля электронной торговли в ВВП (табл. 2).

Согласно данным наибольшую долю электронной торговли в ВВП имеет Великобритания (7,86 %), далее следуют Китай (5,78 %) и Франция (3,94 %). Также для Великобритании характерен самый высокий показатель проникновения Интернета (97,52 %) и наибольшая доля покупателей, приобретающих товары по электронным каналам (81 %). Минимальные значения по рассматриваемым показателям присущи Индонезии. Из табл. 2 мы можем проследить прямую зависимость доли онлайн-покупателей от показателя проникновения Интернета.

Если рассматривать уровень проникновения Интернета в России (70,4 %) и долю электронной торговли в ВВП (1,1 %), то данные показатели более низкие по сравнению с развитыми странами. Это свидетельствует о том, что российский рынок электронной торговли находится на начальной

Таблица 1

Соотношение показателей развития интернет-торговли и оборота розничной торговли России в период 2012–2016 гг. [2; 3]

Год	Оборот розничной торговли, млрд руб.	Оборот электронной торговли, млрд руб.	Доля интернет-торговли в розничном товарообороте, %
2012	21 394,5	405,0	1,9
2013	23 685,9	544,0	2,3
2014	26 356,2	713,0	2,7
2015	27 526,8	760,0	2,8
2016	28 317,3	920,0	3,2

Таблица 2

Ключевые показатели развития сегмента электронной торговли по странам [2–4; 7]

Страна	Численность населения, млн чел.	Проникновение Интернета, %	Доля населения, приобретающих товары через Интернет (онлайн-покупатели), %	Доля электронной торговли в ВВП, %
Россия	146,5	70,40	30,0	1,1
Франция	64,9	86,55	65,0	3,94
Великобритания	65,5	97,52	81,0	7,86
Германия	80,6	91,76	79,0	2,54
Италия	59,8	64,51	35,0	1,57
Турция	80,4	63,00	55,0	1,58
США	326,4	77,87	78,0	2,26
Бразилия	211,0	61,00	41,0	0,74
Китай	1380,0	56,26	58,0	5,78
Индия	1342,0	33,00	17,0	1,53
Индонезия	263,5	28,70	15,0	0,68

стадии развития и требует проведения государственной политики, направленной на стимулирование данного сегмента.

По оценкам исследовательского агентства Data Insight, на российском рынке функционирует около 200 тыс. интернет-магазинов с числом оформленных заказов более 10 в сутки [5].

Основная доля оборота принадлежит крупнейшим интернет-магазинам, которые формируют 69 % товарооборота. В десятку лидеров российского рынка по объему онлайн-продаж в 2016 г. вошли Wildberries, Ulmart.ru, Ситилинк, МВидео, Эльдорато, Lamoda, Ozon, Exist, Связной, КУПИВИР (табл. 3). Как мы можем заметить, в первых позициях рейтинга находятся также онлайн-подразделения крупных магазинов традиционного формата.

Согласно табл. 3 наибольшая доля онлайн-продаж в общем объеме интернет-торговли принадлежит Wildberries, Ulmart.ru, Ситилинк (5, 4,2, 3,4 % соответственно).

Для российского рынка интернет-торговли характерна значимая доля трансграничной торговли. Объем данного сегмента увеличился на 37 % по сравнению с 2015 г. и достиг 301,8 млрд руб., что составляет 33 % всего рынка интернет-торговли в России.

Согласно данным в период 2012–2016 гг. доля трансграничной торговли в общей структуре российского рынка интернет-торговли увеличилась на 14 %.

В структуре Интернет-торговли как на локальном рынке, так и на трансграничном преобладают электроника, бытовая техника, одежда и обувь. При этом доля одежды и обуви в трансграничном секторе превышает долю данных категорий товаров на внутреннем рынке (36 и 22 % соответственно). Кроме того, востребованными являются товары для автомобилей, парфюмерия и косметика, спорттовары и др.

В 2016 г. количество входящих международных отправок выросло на 73 %, а количество

Таблица 3

Доля крупнейших интернет-магазинов в объеме Интернет-торговли России в 2016 г. [6]

Магазины	Онлайн-продажи, млн руб.	Доля в общем объеме Интернет-торговли, %
WILDBERRIES.RU	45 600	5,0
ULMART.RU	38 800	4,2
CITILINK.RU	31 600	3,4
MVIDEO.RU	25 900	2,8
ELDORADO.RU	23 200	2,5
LAMODA.RU	22 300	2,4
OZON.RU	18 000	2,0
EXIST.RU	17 800	1,9
SVYAZNOY.RU	15 400	1,7
KUPIVIP.RU	15 100	1,6



Рис. 2. Структура рынка интернет-торговли в России в период 2012–2016 гг. [2]

заказов на внутреннем рынке – лишь на 6 %. При этом в качестве основного способа доставки товаров выступала Почта России (62 % от всех отправок) [2].

Согласно результатам исследования Gfk и ЯндексМаркет, основные причины покупки товара за рубежом – это то, что цена на аналогичные товары ниже, более широкий ассортимент, отсутствие товаров в продаже на российском рынке [7].

Наибольший объем товаров в зарубежных интернет-магазинах россияне покупают в Китае. Доля отправок из этой страны достигает 90 %, из Евросоюза – 4 %, США – 2 % [2].

Необходимо отметить, что электронная торговля выступает драйвером в развитии деловой активности, в особенности для субъектов малого и среднего предпринимательства, выступая площадкой для стартапов в торговом и производственном бизнесе.

Однако существует ряд факторов, которые сдерживают развитие интернет-торговли в России. К ним можно отнести:

- низкую покупательную способность населения, обусловленную кризисными явлениями (падение реальных доходов населения: в 2016 г. – на 5,9 %, в 2015 г. – на 3,2 %, в 2014 г. – на 0,7 % [3]);
- слабо развитые логистические каналы;
- неравные конкурентные условия между российскими и зарубежными интернет-магазинами по налоговой нагрузке (отсутствие НДС и таможенных пошлин для иностранных онлайн-магазинов).

По итогам 2017 г. потери бюджета составили около 130 млрд руб. из-за отсутствия НДС на все товары, которые ввозились в Россию из-за границы через торговые онлайн-площадки [8].

Кроме того, в России сохраняется низкий уровень доверия к интернет-магазинам. Так, например, 49 % россиян никогда не совершали покупок в интернет-магазинах [9].

Таким образом, всё большее значение на рынке потребительских товаров приобретает электронная торговля: использование современных коммуникационных технологий формирует предпосылки для работы в глобальном пространстве с огромной массой товаров разнообразного ассортимента, цен, качества, что дает возможность удовлетворить различные запросы потребителей [10, с. 67]. При этом проведенное исследование показало, что российский рынок интернет-торговли находится на стадии формирования и имеет огромный потенциал для развития. В современных экономических условиях сегмент электронной торговли может выступать одной из точек роста, в качестве катализатора роста деловой активности, источником поступлений в бюджет, способствуя преодолению кризисных явлений и повышая благосостояние населения. Однако необходимо разработать комплекс мер, направленных на устранение коллизий в законодательстве, совершенствование статистического учета в сфере электронной торговли, развитие логистической инфраструктуры и создание иных механизмов, стимулирующих деятельность участников электронной торговли.

ЛИТЕРАТУРА

1. Мировой рынок электронной коммерции вырос по итогам 2017 года на 17 %. – Режим доступа: <https://www.retail-loyalty.org/news/mirovoy-gynok-elektronnoy-kommertsii-vyrastet-po-itogam-2017-goda-na-17/>
 2. АКИТ подвел итоги 2016 года. – Режим доступа: <http://www.akit.ru/%D0%B8%D1%82%D0%BE%D0%B3%D0%B8-%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%B0-2016/>
 3. Федеральная служба государственной статистики : официальный сайт. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>
 4. Ecommerce Foundation. – Режим доступа: <http://www.ecommercefoundation.org/>
 5. Интернет-торговля в России 2017: Цифры и факты. – Режим доступа: <http://datainsight.ru/ecommerce2017>
 6. Рейтинг ТОП-100 крупнейших интернет-магазинов России. – Режим доступа: <http://datainsight.ru/top100/>
 7. Исследование аудитории онлайн-покупателей в России. Отчет по результатам исследования. – Режим доступа: https://cache-mskstoredata07.cdn.yandex.net/download.yandex.ru/company/figures/GfK_2016.pdf
 8. Потери РФ от трансграничной интернет-торговли за год оценили в 130 млрд руб. – Режим доступа: <http://www.interfax.ru/business/595794>
 9. Использование Интернета // ЛЕВАДА-ЦЕНТР: официальный сайт. – Режим доступа: <http://www.levada.ru/2016/09/29/ispolzovanie-interneta-2/>
 10. *Восколович Н. А.* Интернет-торговля и ее развитие в современных условиях / Н. А. Восколович // Вестник Сибирского университета потребительской кооперации. – 2016. – № 1. – С. 67–71.
- Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова*
Мурар В. И., аспирант кафедры макроэкономической политики и стратегического управления
E-mail: valentina.murar@yandex.ru
- Lomonosov Moscow State University*
Murar V. I., Post-graduate Student of Macroeconomic Policy and Strategic Management Department
E-mail: valentina.murar@yandex.ru