

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ В РОССИИ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

E-COMMERCE IN RUSSIA: CURRENT STATE AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT

*E. Kolchina
M. Milonova
S. Margaryan*

Annotation

The article assesses the e-commerce as a new segment of the modern economy of Russia. The tendencies observed in this area in recent years, as well as substantiates the projected development of e-commerce in the short term.

Keywords: e-commerce, e-business, Internet, B2B, economic trends, e-commerce market.

*Колчина Елена Алексеевна
К.э.н., доцент, РЭУ
им. Г.В. Плеханова*

*Милонова Марина Валентиновна
К.э.н., доцент, РЭУ
им. Г.В. Плеханова*

*Маргарян Сурен Шагенович
Магистрант, РЭУ
им. Г.В. Плеханова*

Аннотация

В статье дается оценка электронной коммерции как новому сегменту современной экономики России. Рассматриваются тенденции, наблюдаемые в указанной сфере в течение последних лет, а также обосновывается прогнозируемое развитие электронной торговли в краткосрочной перспективе.

Ключевые слова:

Электронная торговля, электронный бизнес, сеть Интернет, B2B, тенденции экономического развития, рынок электронной коммерции.

В настоящее время в мире насчитывается около 3,5 миллиардов интернет-пользователей, в их числе 2 миллиарда из развивающихся стран [8]. Безусловным мировым лидером по количеству интернет-пользователей является Китай (см. рис. 1). Среди европейских стран по количеству интернет-пользователей лидирует Россия. Однако проникновение глобальной сети Интернет в России проходит неравномерно: количество интернет-пользователей в столицах и регионах может существенно отличаться.

Число интернет-ритейлеров в России стремительно растет с каждым годом – только за прошлый год показатель вырос на 10%. На данный момент в Рунете насчитывается около 60000 интернет-магазинов [10]. Причем, подавляющая часть интернет-магазинов основана на B2B модели, что обусловлено спецификой индустрии, где имеют место штучные продажи, не предусматривающие ранее готовых технических решений. Рост числа онлайн-магазинов закономерен. Основная причина роста – увеличение с каждым годом числа россиян, совершающих покупки в Интернете. Также среди основных факторов роста числа интернет-магазинов выделяют: расширение и снижение стоимости логистических каналов в регионах России, развитие малого бизнеса и предпринимательства, а также активное участие зарубежных игроков на отечественном рынке электронной коммерции.

Объем рынка электронной торговли в России в 2016 году составил почти 700 млрд рублей, рост по отношению к прошлому году – 7% (см. рис. 2). В ближайшие годы ожидается заметный рост электронной торговли, это обусловлено инфляционным ростом цен.

Наибольший удельный вес в структуре рынка электронной коммерции занимает сектор нефизических товаров и услуг. Объем рынка нефизических товаров и услуг составил в 2015 году 1.2 трлн. руб. По прогнозам в 2017 году объем составит 2.2 трлн. руб. [9].

Большая часть покупок на рынке нефизических товаров и услуг приходится на такие сегменты как цифровой контент, гостиницы и туризм, оплата штрафов, услуги связи, а также на покупку билетов на различные виды транспорта (см. рис. 3). Наибольшими темпами растет доля продаж цифрового контента, авиа- и железнодорожных билетов, а также бронирования отелей и гостиниц. В сегменте сотовой связи ожидается замедление роста.

Экономический спад в России заметен во многих отраслях, однако есть сегменты, которые продолжают расти, несмотря на кризис. Одним из таких динамично развивающихся сегментов в электронной торговле является сегмент DIY [7]. В этом сегменте представлены крупные международные сетевые операторы: Леруа Мерлен, Оби,

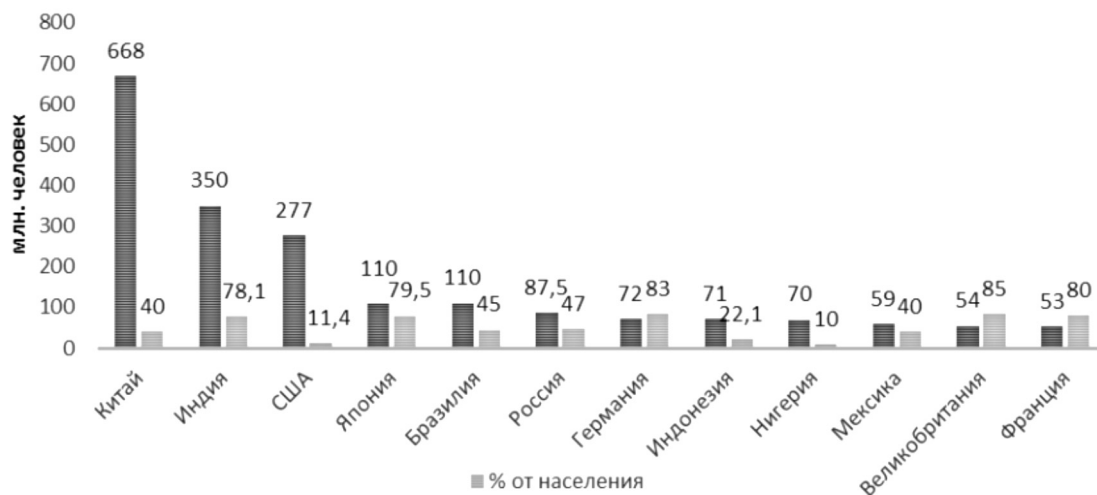


Рисунок 1. Количество интернет-пользователей и их доля в населении, млн чел. [4]

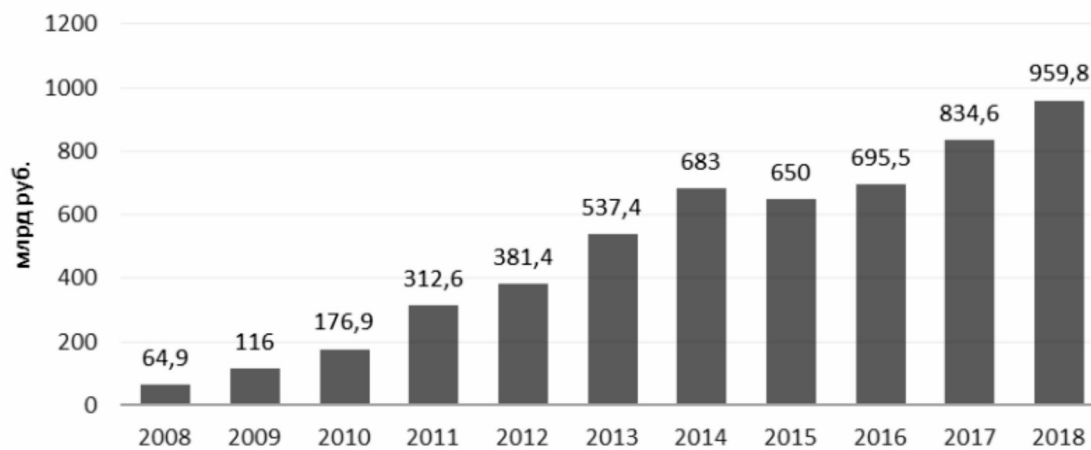


Рисунок 2. Объем рынка интернет-коммерции в РФ, млрд. руб., 2008-2018 г. [4]

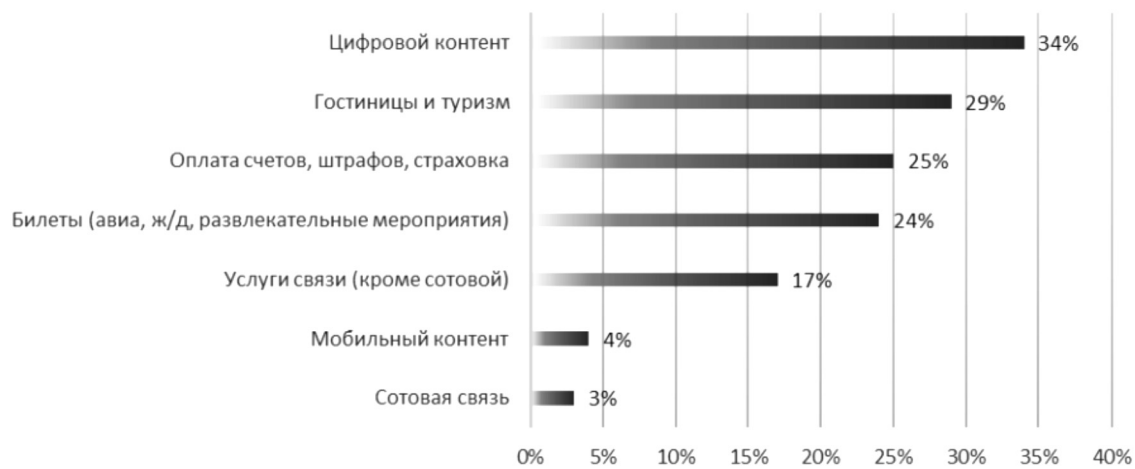


Рисунок 3. Темпы роста сегментов рынка нефизических товаров и услуг на рынке электронной коммерции РФ в 2008-2017 г., % [5].

К-Раута, Касторама. Объем сегмента DIY в 2015 году составил 40 млрд рублей [5].

На лидирующих позициях был и остается сегмент бытовой техники и электроники. Причины роста обусловлены увеличением онлайн-активности крупнейших продавцов данной категории, таких, как "Эльдорадо", "М.Видео", "Евросеть", "Связной".

Продолжительный рост сохранился в сегменте одежды и обуви. Объем сегмента детских товаров увеличился в несколько раз [5].

Наиболее монополизированные сегменты на российском рынке электронной коммерции представлены следующими категориями: "Продукты питания", "Книги" и "Товары для офиса" [8]. Самые известные представили этих категорий – komus.ru, ozon.ru и utkonos.ru. В других сегментах концентрация невелика.

Основная часть рынка электронной коммерции в России сосредоточена в Москве и Санкт-Петербурге: на сегодняшний момент в этих городах зарегистрировано более 15 тысяч электронных магазинов и приходится около 40% покупателей и 60% оборота всей российской онлайн-торговли [10].

В число лидеров также вошли города-миллионники: Екатеринбург, Новосибирск, Челябинск. В связи с этим в России наблюдается неравномерное развитие рынка электронной торговли по регионам. Это обусловлено слабым распространением Интернета в регионах, недостатком опыта, связанного с возможностями электронных ресурсов, а также общим недоверием населения к интернет-магазинам и электронным средствам платежа.

Жители России предпочитают интернет-магазины традиционным магазинам по ряду разных причин. Во-первых, заказ товаров через интернет позволяет существенно экономить время, что особенно важно для жителей мегаполисов. А для жителей регионов покупка товаров в Интернете позволяет найти и приобрести товары, которых нет в обычных магазинах города. Во-вторых, выгодные цены делают интернет-магазины более привлекательными для покупателей, нежели обычные магазины. В-третьих, большинство покупателей заинтересованы в онлайн-покупке из-за удобства доставки товара.

Основной способ оплаты заказов в интернет-магазинах России – оплата наличными при получении, (см. рис. 4). Это в первую очередь связано с недоверием населения к оплате электронным способом платежа. Во-вторых, в следствие того, что наиболее распространенным способом доставки товаров из интернет-магазинов является курьерская доставка или самовывоз, покупателям не выгодно вносить предоплату за товар до его получения.

По прогнозам в ближайшие 5 лет популярность банковских карт в качестве способа оплаты заказов в интернет-магазинах будет расти наиболее высокими темпами (около 37% в год).

Следующим по темпу роста популярности являются электронные деньги – их ежегодный рост – 25% [11].

Что касается электронных кошельков, то они заняли и будут удерживать свою нишу рынка, которая находится в пределах 10%. Оплаты банковскими картами в 2010 году составляли лишь 9% от общего числа платежей в электронной торговле, однако в 2018 году их доля со-



Рисунок 4. Способы оплаты покупок в интернет-магазинах в России, % [9].

ставит 46%, впервые обогнав оплату наличными при получении.

Более половины интернет-пользователей в России в течение 2014 года хотя бы раз совершали покупки в онлайн-магазине. Наиболее частые покупки россиян составили от 1000 до 3000 рублей [6].

По итогам 2014 самым посещаемым интернет-магазинам российского сегмента Интернета стал онлайн-гипермаркет Ozon.ru (см. рис. 5). В среднем месячная аудитория этого сайта составляет 13 миллионов человек. Также в лидеры выбился онлайн-магазин одежды и обуви Wildberries.ru, его посещаемость в месяц 932 тысячи человек, выручка за 2015 год составила 14 млн рублей. Самым крупным интернет-магазином по обороту по итогам 2015 года стал сайт по продаже бытовой техники и электроники Ulmart.ru. Выручка интернет-ритейлера в первом полугодии 2015 года составила 15 900 миллионов рублей [9].

У стратегии выхода магазинов на интернет рынки есть несомненные преимущества. В частности, интернет-магазины, созданные на базе крупных торговых сетей, уже имеют большое количество пунктов выдачи, развитую логистическую сеть, а также завоеванное доверие покупателей, что способствует более активному привлечению покупателей.

Темпы роста рынка электронной коммерции в России на данный момент продолжают увеличиваться. Однако до сих пор некоторые факторы, способствующие уско-

рению темпов роста, такие, как улучшение качества работы служб доставки, увеличение числа заказов через мобильные устройства, а главное – повышение финансовой грамотности населения, не были задействованы в полной мере.

Ресурс рынка электронной коммерции огромен и проникновение на него означает переход рынка из начальной формы в более зрелую. Рынок электронной коммерции является конкурентным рынком – на нем присутствует большое количество игроков и регулярно появляются новые компании и инвестиционные фонды.

Итак, российский рынок электронной коммерции активно развивается, набирая обороты с каждым годом.

Среди основных тенденций рынка электронной коммерции в России можно выделить:

- ◆ увеличение оборота интернет-магазинов в два-три раза.
- ◆ ежегодный рост рынка – 20%, это связано с непростой макроэкономической ситуацией;
- ◆ активное проникновение рынка электронной коммерции сейчас происходит в основном в Москве и Санкт-Петербурге, однако в будущем роста рынка ожидается в регионах за счет оптимизации сервиса доставки и повышения финансовой грамотности населения;
- ◆ среди способов получения заказов в интернет-магазинах в приоритете по-прежнему остается курьерская доставка и доставка посредством услуг "Почты России". Однако активно набирают обороты пункты выдачи заказов, так как услуги курьерской доставки, как

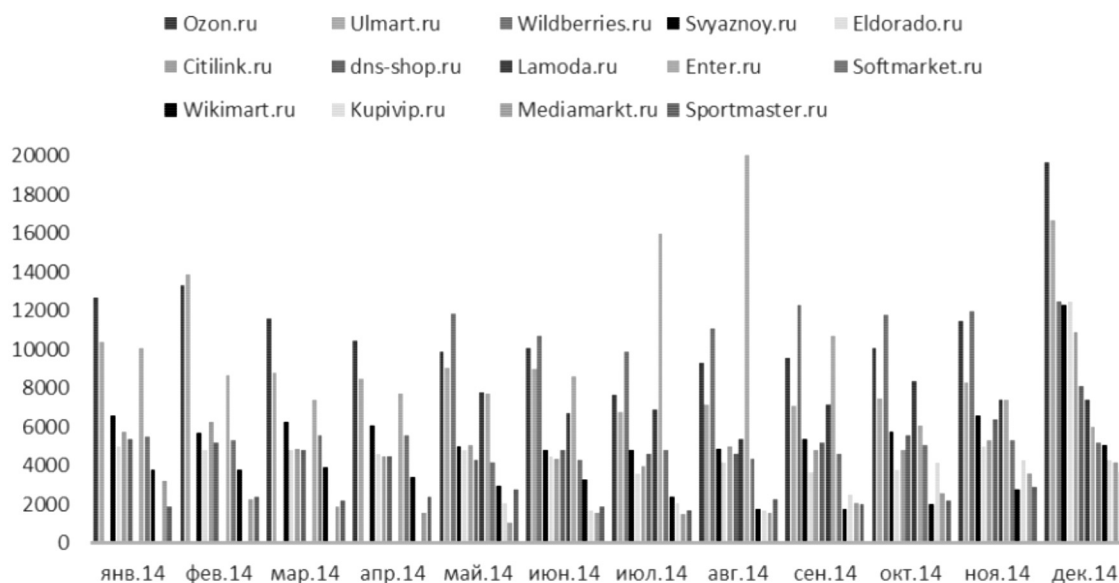


Рисунок 5. Топ-15 российских интернет-ритейлеров по посещаемости [8].

правило, стоят дороже и пока ещё не во всем удобны, а на работу "Почты России" не всегда можно положиться;

- ◆ основным способом оплаты товаров остается оплата наличными при получении. Однако из года в год увеличивается доля использования банковских карт и других электронных платежных средств;

- ◆ на рынке нефизических товаров и услуг наблюдается активный рост доли продаж авиа- и железнодорожных билетов, а также бронирования отелей и гостиниц;

- ◆ одним из самых динамично развивающихся сегментов рынка электронной торговли является сегмент DIY;

- ◆ нехватка квалифицированных кадров является одним из самых важных вопросов, стоящих на пути развития электронной коммерции в России.

Таким образом, в Российской Федерации есть необходимые предпосылки для активного развития и успешного процветания электронной торговли.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гаврилов Л. П., Электронная коммерция: Учебник / Л. П. Гаврилов. – М: Юрайт – 2016 г.
2. Милонова М.В., Электронная коммерция в России: некоторые проблемы и пути их решения / М.В. Милонова, Д.К. Арбатов // Международная торговля и торговая политика. – 2015., – №3(3). – с. 105–106
3. Иванов О.С., Пути совершенствования налогообложения участников внешнеэкономической деятельности в Российской Федерации, Актуальные научные исследования: Экономика, Управление, Инновации, Инвестиции, Финансы: материалы Международной научно-практической конференции. 28 ноября 2014 г., Москва, Автономная некоммерческая организация содействия развитию современной отечественной науки Издательский дом "Научное обозрение", 2014, с. 37
4. "Bizhit", [Электронный ресурс] / "Bizhit". – 2010–2016. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.bizhit.ru>
5. "J'son & Partners Consulting", [Электронный ресурс] / "J'son & Partners Consulting". 2009–2016. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.json.ru>
6. "PaySpaceMagazine", Официальный сайт [Электронный ресурс] / "PaySpaceMagazine". 2011–2016. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://psm7.com/>
7. "АКИТ": Официальный сайт [Электронный ресурс] / "АКИТ". 2012–2016. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.akit.ru>
8. Аналитическое агентство, ООО "Инсейлс Рус": Официальный сайт [Электронный ресурс] / ООО "Инсейлс Рус". – 2008–2016. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.insales.ru>
9. "Дейта Инсайт", [Электронный ресурс] / "Дейта Инсайт". 2010–2016. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.datainsight.ru>
10. Онлайн-журнал, "theRunet", Официальный сайт [Электронный ресурс] / "theRunet". 2011–2016. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.therunet.com/news>
11. Система электронных платежей, "Payonline.ru", Официальный сайт [Электронный ресурс] / "Payonline.ru". 2008–2016. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.payonline.ru>
12. "Электронная коммерция", [Электронный ресурс] / "Электронная коммерция". – 2012–2015. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://lidatrade.ru>

© Е.А. Колчина, М.В. Милонова, С.Ш. Маргарян, (Kolchina.EA@rea.ru), Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»,

