

УДК 339.13.017

АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ

Михайленко А.А.,

магистрант,

Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова,

Оренбург, Россия

Аннотация

В статье анализируется развитие рынка электронной торговли в России за 2008-2018 гг. Рассматривается влияние ряда экономических факторов на объемы интернет-торговли посредством корреляционно-регрессионного анализа. Выявляется зависимость объема российской электронной торговли от оборота розничной торговли и среднедушевых доходов населения.

Ключевые слова: электронная коммерция, электронная торговля, интернет-торговля, интернет-магазин, онлайн-покупка.

ANALYSIS OF THE RUSSIAN E-COMMERCE MARKET

Mikhaylenko A.A.,

master student,

Orenburg branch of the REU named after G.V. Plekhanov

Russia, Orenburg

Annotation

The article analyzes the development of the e-Commerce market in Russia in 2008-2018. The influence of a number of economic factors on the volume of e-Commerce by means of correlation and regression analysis is Considered. The dependence of the

volume of Russian electronic commerce on the retail turnover and per capita incomes of the population is revealed.

Keywords: e-commerce, e-market, online trading, online store, online shopping.

Сегодня с развитием и повсеместным «проникновением» Интернета растет популярность электронной коммерции. Это динамично развивающаяся отрасль и представляет собой деятельность по осуществлению коммерческих операций с использованием возможностей сети Интернет [6, 60]. Термин «электронная торговля» уже по смыслу и в отличие от электронной коммерции не затрагивает услуги, содействующие торговле.

В России объем рынка интернет-торговли ежегодно растет, кроме того, наблюдается стремительное увеличение числа онлайн-покупателей [5, 36]. Проведем анализ динамического ряда объема рынка электронной торговли в России за 2008-2018 гг. (рис. 1).

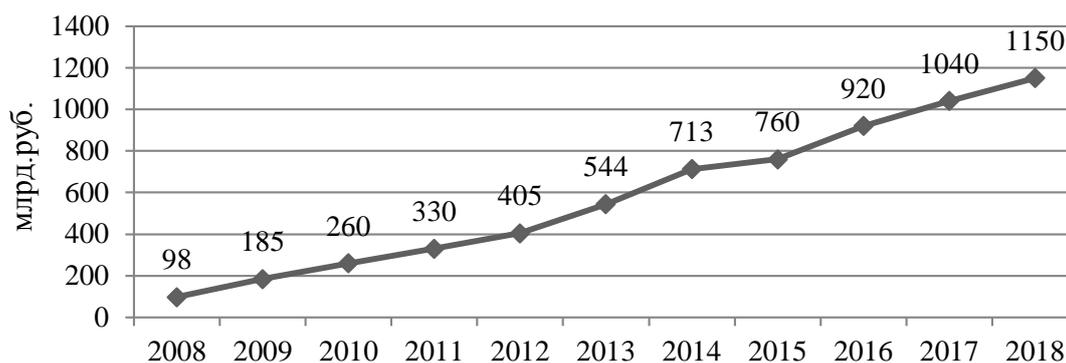


Рис. 1 – Динамика объема рынка электронной торговли в России

На рис. 1 показана положительная тенденция развития российского рынка электронной торговли. На протяжении всего периода наблюдается стабильный рост, в целом за 2008-2018 гг. объем рынка вырос на 1052 млрд.руб. Рассчитав средний коэффициент роста, получаем следующее: за анализируемый период объемы рынка интернет-торговли увеличились в 1,3 раза.

Наибольший темп роста наблюдается в 2009 г. и составляет около 89%. Данная ситуация сложилась ввиду кризиса, способствующего росту размера среднего чека, в частности в интернет-магазинах. В 2015 г. виден самый медленный рост – 6,59%, что объясняется действием санкций, введенных в отношении России, и, как следствие, влиянием их на внешнюю торговлю страны в целом. В 2018 г. рост так же был невелик – 10,58%, однако здесь причина кроется в снижении размера среднего чека в онлайн-продажах. В целом за весь исследуемый период темп роста объема рынка составил 173%.

Большое количество факторов оказывает влияние на объем российского рынка электронной торговли. Проследим взаимосвязь величины объема электронной торговли и других экономических явлений Российской Федерации. Для устранения воздействия какого-либо фактора воспользуемся корреляционным анализом [2, 184].

Для проведения корреляционно-регрессионного анализа используем следующие факторные признаки:

Y - объем рынка электронной торговли, млрд.руб.;

X1 - оборот розничной торговли, трлн.руб.;

X2 - индексы потребительский цен на товары и услуги, %;

X3 - среднемесячная номинальная заработная плата, руб.;

X4 - среднедушевые денежные доходы населения, руб.;

X5 – индекс потребительской уверенности, %.

Параметры модели с включением фактора времени оцениваются с помощью обычного метода наименьших квадратов.

При помощи Excel получаем корреляционную матрицу, на основании которой сделаем вывод о факторах, которые могут быть включены в модель множественной регрессии (таблица 1).

Таблица 1– Корреляционная матрица влияния факторов на объем рынка электронной торговли России

	y	x1	x2	x3	x4	x5
y	1	-	-	-	-	-
x1	0,98151033	1	-	-	-	-
x2	-0,43850314	-0,37290712	1	-	-	-
x3	0,99419918	0,99111697	-0,43616887	1	-	-
x4	0,97167942	0,99488244	-0,36231936	0,98066299	1	-
x5	-0,13675572	-0,12068990	-0,70921265	-0,10800435	-0,130094	1

Из корреляционной матрицы видна сильная взаимосвязь между результативным (y) и факторными признаками (x1, x3 и x4). Между факторами x1 и x3 мультиколлинеарность. В уравнение включаем x1 и x4.

Проведем регрессионный анализ. Имеем следующее уравнение регрессии:

$$y = -604,8208 - 2,7312 \cdot x_1 + 0,0114 \cdot x_4$$

Укажем результаты регрессионного анализа в таблице 2 и определим силу связи коэффициентов по шкале Чеддока.

Таблица 2 - Результаты регрессионного анализа

Регрессионная статистика	
Множественный R	0,994792847
R-квадрат	0,989612808
Нормированный R-квадрат	0,985161155
Стандартная ошибка	43,70592359
Наблюдения	11

Множественный коэффициент регрессии равен 0,995, что говорит о весьма высокой связи между признаками. Коэффициент детерминации (R-квадрат) равен 0,99, а значит, 99% вариации уровня объемов рынка электронной торговли Российской Федерации зависимы от факторов, включенных в исследуемую модель.

Проанализировав уравнение регрессии, получаем следующие выводы: с изменением оборота розничной торговли объем рынка электронной торговли уменьшится на 2,7 млрд. руб., а с ростом среднедушевых денежных доходов населения объем электронной торговли увеличится на 0,01 млрд. руб.

Зависимость от анализируемых факторов очевидна: низкие цены и достаточные доходы влияют на возможность людей покупать товары «у дома», что, в свою очередь, приводит к нежеланию обращаться к интернет-магазинам (хоть бы в силу ожидания доставки товаров).

Прогрессивное развитие интернет-торговли в России – факт неоспоримый. Однако российскому рынку предстоит еще многое выдержать и помимо анализируемых в данной работе факторов, это слабая инфраструктура в сфере доставки, недостаточная надежность защиты информации, слабое взаимодействие электронного бизнеса с государством и др.

Библиографический список:

1. АКИТ. Аналитика [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: URL: <http://www.akit.ru/category/analytics/> (дата обращения: 18.12.2019)
2. Балдин К.В., Рукосуев А.В. Общая теория статистики: учебное пособие. – М.: Дашков и К, 2010. – 312 с.
3. Брагин Л.А. Электронная коммерция: учебное пособие / под общ. ред. Л. А. Брагина. - М. Экономистъ, 2008. - 286 с.
4. Коган К.Е. Электронная коммерция в России: проблемы и перспективы // Современные наукоемкие технологии. - 2004. –№ 4 – С. 101-101
5. Леонов А. Тенденции российской электронной торговли / А. Леонов // Современная торговля. - 2009. - № 3. - С. 36-39.
6. Макаров В. В. Развитие интернет-коммерции / В. В. Макаров, Ю. О. Колотов // Экономический анализ: теория и практика. - 2009. - № 26. - С. 60-64.
7. Росстат [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 20.12.2019)

Оригинальность 87%