

УДК 339.162.4

DOI 10.51691/2500-3666_2023_4_16

ВЛИЯНИЕ САНКЦИЙ НА РОССИЙСКУЮ ЭЛЕКТРОННУЮ КОММЕРЦИЮ

Ряattel А.В.

к.ф.-м.н., доцент,

Вятский государственный университет,

Киров, Россия

Мбунгу Франси Лело

студент,

Вятский государственный университет,

Киров, Россия

Аннотация

В статье даётся оценка влияния санкций на российскую электронную коммерцию. Описаны последствия влияния санкций на рынок интернет-коммерции. Определены факторы, способствующие росту рынка электронной торговли.

Ключевые слова: экономические санкции, рынок, интернет-торговля, онлайн-магазин, продажа.

THE IMPACT OF SANCTIONS ON RUSSIAN E-COMMERCE

Ryattel A.V.

Candidate of Physical and Mathematical Sciences, Associate Professor,

Vyatka State University,

Kirov, Russia

Mbungu Francis Lelo

Student,

*Vyatka State University,
Kirov, Russia*

Annotation

The article assesses the impact of sanctions on Russian e-commerce. The consequences of the impact of sanctions on the Internet commerce market are described. The factors contributing to the growth of the e-commerce market have been identified.

Keywords: economic sanctions, market, e-commerce, online stores, sale.

Введение

Санкции против РФ - ограничительные политические и экономические меры, введённые отдельными государствами и международными организациями в отношении России, в том числе ряда российских лиц и организаций. Введённые санкции включают в себя масштабные ограничения финансовой системы России (включая Центробанк и крупнейшие банки), деятельности ряда российских компаний и отдельных отраслей экономики, закрытие воздушного пространства, морских портов, пр. Кроме того, были ограничены импорт высокотехнологичной продукции и заимствования на рынках США и Европы для крупнейших российских государственных компаний [1].

Цель проведенного исследования – описать влияние санкций на электронную коммерцию в России.

В 2022 году российский потребительский сектор оказался в кризисе. Санкции западных стран привели к волатильности рубля, создали логистический коллапс, что негативно сказалось на потребительской активности россиян и стало причиной роста издержек для бизнеса. Рыночный ландшафт изменили и игроки рынка: многие западные бренды и ритейлеры прекратили работу в России, что повлекло за собой закрытие их офлайн- и

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

онлайн-магазинов, приостановку работы производственных площадок.

Традиционная розница наиболее остро ощутила последствия нового кризиса: выручка офлайн-магазинов выросла лишь на 4,7%, в то время как оборот интернет-площадок увеличился на 28%. Рынок интернет-коммерции также ощутил последствия санкций. После ажиотажных покупок весной 2022 года потребительский спрос стал более сдержанным, по ряду товарных позиций наблюдалось отставание от показателей 2021 года [2].

Последствия финансовых санкций были усилены одновременным уходом многих иностранных компаний с российского рынка. Приостановили свою деятельность поставщики услуг электронной коммерции и логистические компании.

Однако некоторые крупные компании остались в стране (например, AliExpress) или с них были сняты наложенные на них санкции (например, для Ozon, Wildberries), что позволило занять им образовавшуюся свободную нишу. Трудности рынка услуг, предоставляемых ИТ-индустрией, не ограничились логистическими проблемами и поведением при накоплении запасов. Несмотря на западные санкции, финансовые операции внутри страны оставались возможными с приемлемыми дополнительными транзакционными издержками. Финансовые онлайн-транзакции, например, работали благодаря прошлым соглашениям с Российской национальной системой платежных карт, а также благодаря альтернативным кредитным картам и платежным системам, которые существовали в последние годы. Платежи за пределами страны осуществлялись с помощью определенных механизмов [3].

В последние годы цифровая экономика России растет, чему способствует стратегическая государственная поддержка, направленная на содействие национальным субъектам. В 2018 году выручка российских цифровых платформ превысила 17 млрд. долларов, что составляет около 1% ВВП России. Рынок электронной торговли остается одним из немногих продолжающих расти даже в современных экономических условиях [4]. Рынок розничной

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМЭ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

интернет-торговли в России в 2022 году вырос на 38% и составил 5,7 трлн руб. [5].

Если же оценивать количество заказов, то они выросли на 65% до уровня 2,8 млрд. В 2021 году рынок вырос на 52% в денежном выражении и на 104% по количеству заказов [6]. Что позволило ему не просто продолжить расти, но и значительно ускориться? Выделим несколько факторов.

1) Падение трансграничной торговли.

Первым последствием санкций стало значительное падение объема трансграничной торговли. Во-первых, от работы в России быстро отказались многие западные интернет-магазины, в том числе те, которые имели большую долю трансграничного оборота: ASOS, iHerb, Amazon и др. Во-вторых, иностранные логистические компании ушли из России. В результате сроки доставки увеличились. Если в прошлом году заказы из Китая доставлялись за 2-3 недели, то сейчас на это уходит больше месяца. Заказы из Европы стали приходить за 3-4 недели, из США - за 1,5 месяца и более, хотя раньше на доставку уходило 5-7 дней. Третья причина заключается в том, что зарубежные интернет-магазины перестали принимать платежи по картам российских банков [7].

2) Уход зарубежных брендов.

С уходом десятков иностранных брендов с российского рынка пострадали и торговые центры. В то же время этот фактор не оказал негативного влияния на российский рынок электронной коммерции, можно даже сказать, что уход брендов способствовал его росту.

В свое время крупнейшие компании на рынке конкурировали за долю рынка, а не за прибыль. Они могли и хотели тратить большие средства на инвестиции. В новой экономической реальности невозможно продолжать тратить деньги тем же способом, поэтому приходится экономить. Обычно экономия происходит за счет внутренних бизнес-процессов, которые скрыты от внешнего мира. Некоторые из них едва заметны. Например, отказ от Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

бесплатных конвертов на стойке заказа в Озоне и замена упаковки в Яндекс Маркете с картона на конверты. Имеются сообщения о том, что многие компании сократили численность сотрудников.

В 2023 году темпы роста количества заказов начнут немного замедляться, вместе с тем, показатели роста все равно останутся на высоком уровне. Количество выполненных заказов на рынке e-commerce достигнет 4,6 миллиарда, прогнозируют аналитики, по сравнению с 2,8 млрд. руб. годом ранее, прибавив 64%.

Одним из ключевых трендов 2023 года аналитики, помимо заметного снижения средней стоимости покупок и сокращения премиальных и импульсных покупок, назвали ускорение перетока на маркетплейсы.

Заключение

Санкции, наложенные на Россию западными странами, оказали негативное влияние на развитие электронной коммерции в стране. В частности, это связано с ограничениями в доступе к международным платежным системам и услугам, что затрудняет проведение онлайн-транзакций. Кроме того, санкции привели к снижению покупательной способности населения, что сказалось на объемах продаж в интернет-магазинах. Некоторые компании также столкнулись с ограничениями в импорте товаров и оборудования, что затрудняет развитие бизнеса.

Однако, несмотря на это, российская электронная коммерция продолжает развиваться, и многие компании успешно работают на внутреннем рынке. Кроме того, на фоне санкций происходит активное развитие отечественных платежных систем и сервисов, что может ускорить переход к более независимой модели работы в будущем.

Таким образом, санкции, от которых пострадала Россия, могут стать для нее толчком для дальнейшего развития в различных сферах, в том числе электронной торговле.

Библиографический список

1. История ограничений: история санкций [Электронный ресурс] - URL: <https://www.gazeta.ru/social/2022/03/03/14596663.shtml?updated> (дата обращения 21.04.2023).
2. Исследования рынка интернет-торговли 2022 [Электронный ресурс] - URL: <https://marketing.rbc.ru/landings/156/> (дата обращения 21.04.2023).
3. Russia's e-commerce trade in the aftermath of the 2022 invasion: Evidence from high-frequency data [Электронный ресурс] - URL: <https://cepr.org/> (дата обращения 21.04.2023).
4. Интернет-торговля в первом полугодии 2022 [Электронный ресурс] – URL: <https://akit.ru/news/internet-torgovlya-v-pervom-polugodii-2022> (дата обращения 21.04.2023).
5. Онлайн-продажи в России по итогам 2022 года увеличились почти на 40% [Электронный ресурс] – URL: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2023/03/23/967746-onlain-prodazhi-v-rossii-po-itogam-2022-goda-uvlichilis> (дата обращения 21.04.2023).
6. Несмотря на санкции и уход компаний, онлайн-продажи в России по итогам 2022 года взлетели [Электронный ресурс] - URL: <https://www.ixbt.com/news/2023/03/23/nesmotrja-na-sankcii-i-uhod-kompanij-onlajnprodazhi-v-rossii-po-itogam-2022-goda-vzleteli.html> (дата обращения 21.04.2023).
7. Рост рынка e-commerce в РФ [Электронный ресурс] - URL: <https://www.moscowtimes.ru/2023/04/07/rost-rynka-e-commerce-v-rf-zamedlitsya-v-23g-sostaviv-30-do-74-trln-r-data-insight-a39449> (дата обращения 21.04.2023).

Оригинальность 75%