

УДК 339.5

***СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, СТРУКТУРА И ОБЪЕМЫ
ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ В РОССИИ, ТРУДНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ
РАЗВИТИЯ***

Лузгина Ю. В.

к.э.н., доцент,

Сибирский государственный университет путей сообщения

г. Новосибирск, Россия

Аннотация

На сегодняшний день электронная торговля стремительно развивается. Электронная торговля происходит ежедневно, когда продавцы и покупатели используют интернет для проведения деловых трансакций. Электронная торговля позволяет удешевить коммерческие операции, чем, нежели та же операция осуществлялась бы в условиях реальной встречи продавца и покупателя.

В статье рассмотрена роль интернет-торговля как фактора развития бизнеса, представлена характеристика сущности интернет-торговли как части электронной коммерции, проанализировано современное состояние, структура и объемы интернет-торговли в России.

Ключевые слова: интернет-торговля, электронная торговля, товар, услуга, Россия, состояние, рынок, маркетплейсы, структура.

***THE CURRENT STATE, STRUCTURE AND VOLUME OF ONLINE
COMMERCE IN RUSSIA, DIFFICULTIES AND PROSPECTS OF
DEVELOPMENT***

Luzgina Yu. V.

PhD, Associate Professor,

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

Siberian State Transport University

Novosibirsk, Russia

Annotation

Today, e-commerce is developing rapidly. E-commerce occurs on a daily basis when sellers and buyers use the Internet to conduct business transactions. Electronic commerce makes it possible to reduce the cost of commercial transactions, rather than the same operation would be carried out in the conditions of a real meeting of the seller and the buyer.

The article defines the concept of e-commerce, describes the essence of e-commerce as part of e-commerce, analyzes the current state, structure and volume of e-commerce in Russia.

Keywords: e-commerce, e-commerce, product, service, Russia, state, market, marketplaces, structure.

Благодаря широкому доступу населения к сети Интернет, рост рынка электронной коммерции стремительно набирает обороты. В техническом плане Российский интернет-трейдинг шагнул далеко вперед, что позволило принимать и обрабатывать заказы в считанные секунды. Это заложило хороший фундамент для последующего развития торговли в Интернете [1].

Сегодня ни один современный человек не представляет своего дня без гаджета и Интернет-трафика. Онлайн индустрия развивается с огромной скоростью, оказывая большое влияние на сферу торговли. Так, в мире появилось новое направление – онлайн-торговля [2].

В России в 2022 году количество интернет-пользователей достигло 130 млн. человек против 124 млн. годом ранее, что составило около 90% населения страны. Доля онлайн-покупателей в 2022 году возросла на 6 % и

составила 58 %., в то время как в предыдущем году рост был всего 2 %, а доля покупателей – 52%.

По данным аналитики Ассоциации компаний Интернет-торговли (АКИТ) общий оборот рынка розничной интернет-торговли в России по итогам 2022 года составил 4,98 трлн. рублей, что почти на 30% в сравнении с 2021-м. По их оценкам, количество онлайн-заказов в РФ выросло еще больше - на 65%, до 2,8 млрд [3].

В то же время темпы роста замедлились: в 2021 году общий оборот электронной коммерции увеличился на 52% в деньгах и на 104% в натуральном выражении по сравнению с предыдущим годом (рис.1). Это объясняется уходом с рынка значительной части игроков, особенно премиальных. Фактически интернет-продажи росли исключительно за счет перехода потребителей из обычного ритейла в онлайн: участники рынка много сделали для этого, вкладывая в 2019–2022 гг. огромные средства в инфраструктуру (склады, логистику и др.).

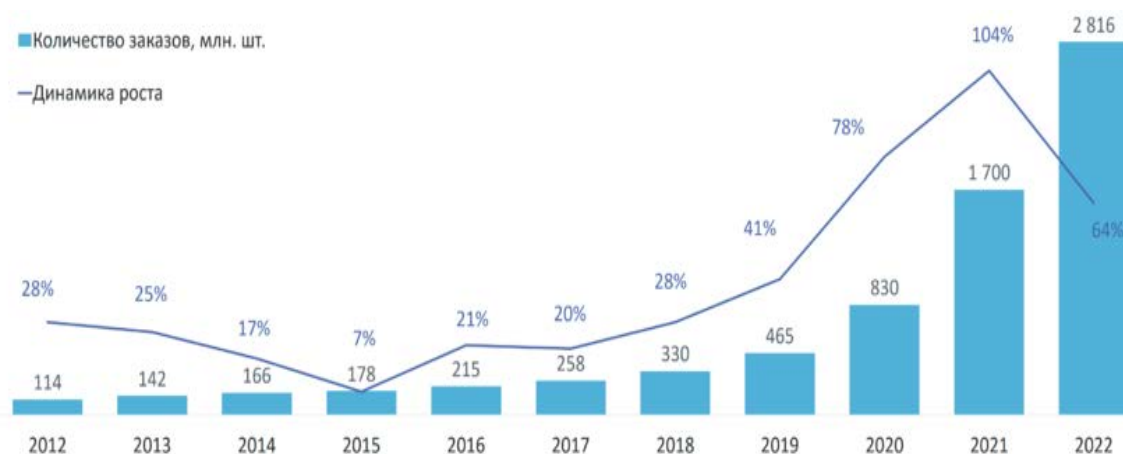


Рис. 1 – Динамика количества заказов 2012-2022 гг., млн. штук [4]

Как видно из рисунка 1, после четырех лет на фоне постепенного увеличения, темпы роста числа заказов сократились более чем в полтора раза. При этом роста 65% достаточно для того, чтобы 2022 год вошел в тройку лучших годов российского рынка интернет-торговли по динамике числа заказов.

Следует так же отметить, что доля онлайн-продаж в 2022 году составила 15% от всего объема ритейла в РФ и 30% от рынка непродовольственного ритейла.

Основными трендами 2022 года на российском рынке интернет-торговли были:

- активность рынка в части распределения между брендами;
- стремительный рост вложений в продвижение на маркетплейсах;
- сокращение доли премиальных покупок;
- рост перетока на маркетплейсы;
- сокращение средней стоимости покупок.

В 2022 году самая большая доля продаж из всего онлайн-ритейла пришлась на маркетплейсы – 45% (почти 2,25 трлн. рублей) против 39% (1,4 трлн рублей) в 2021 году. Число активных продавцов за год на разных площадках увеличилось в 2,5-3,5 раза - примерно до 960 тыс. рублей. Динамику объема рынка за период 2018 – 2022 годы можно наглядно увидеть на рисунке 2.

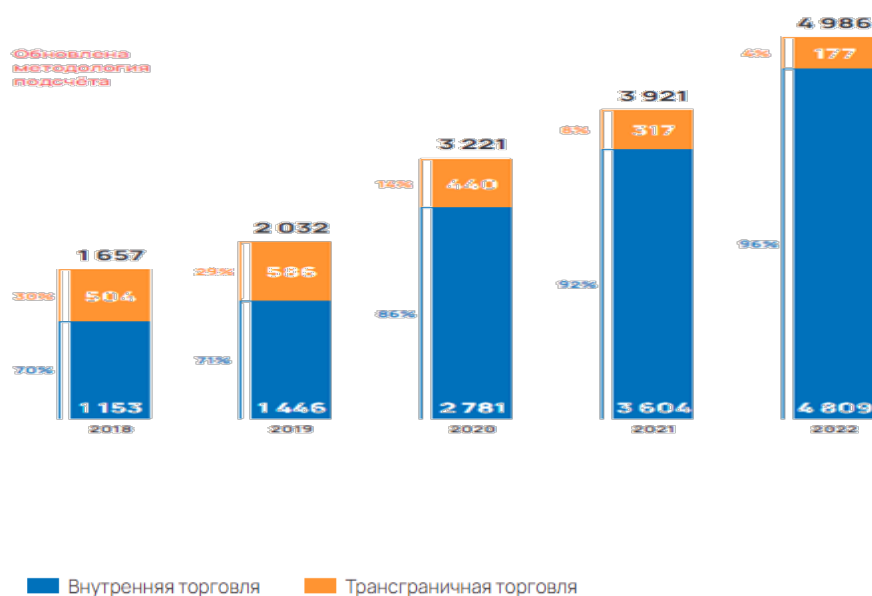


Рис. 2 – Объем российского рынка интернет-торговли, 2018-2022 гг., млрд. рублей [4]

Что касается покупок, то потребители их совершали по большей части на российских маркетплейсах. Их доля составляет 96,4% от общего оборота рынка. Покупки в иностранной онлайн-рознице за год стремительно сократились, особенно на фоне ухода из России платежных систем Visa и MasterCard, а так же отказа крупнейших западных маркетплейсов доставлять товары в Россию. Если в начале 2022 года сделки у таких продавцов составляли 13% от оборота рынка, то в конце года они сократились более чем в три раза.

Пока классическая розница оставалась нестабильной из-за закрытия ряда магазинов, маркетплейсы и другие компании интернет-торговли предлагали клиентам и продукцию ушедших брендов, и новые товары от локальных производств и импортеров в качестве альтернативы. В онлайн-ритейле появилось большое количество российских компаний, преимущественно в сегменте малого и среднего бизнеса.

Самой популярной площадкой для бизнеса остался Wildberries – на нем работали более 50% предпринимателей. На Ozon торгуют 23%, на «Яндекс.Маркете» – 8%. Данные о распределении маркетплейсов отражены на рисунке 3.

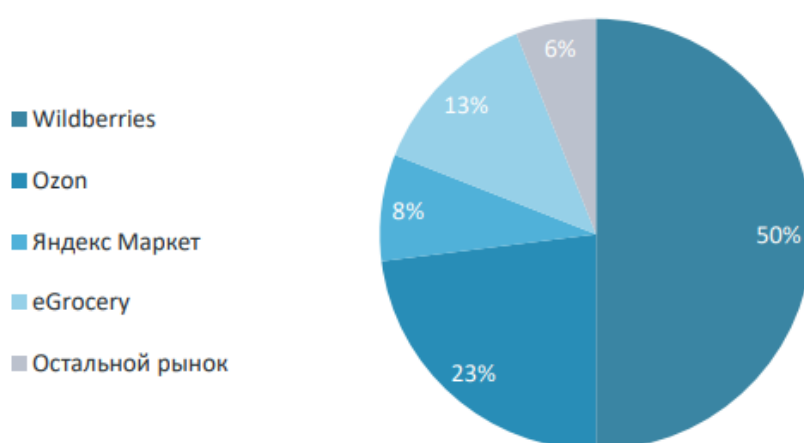


Рис. 3 – Распределение прироста рынка по категориям игроков, 2022 г., %

[4]

Рост продаж, а так же источник роста на маркетплейсах, в основном, за счёт перетока покупателей их сектора традиционной розницы.

Плюс этому произошедшие изменения в 2022 году, которые ускорили этот процесс, по причине закрытия части оффлайн магазинов, что привело к сокращению ассортимента в оставшихся магазинах.

По итогам ноября 2022 года маркетплейсы Wildberries и Ozon впервые опередили по продажам в России китайскую площадку AliExpress: более 50% продаж пришлось на Wildberries, Ozon занял второе место с долей в 29%, замыкает тройку лидеров AliExpress – 16%.

Рост же электронной торговли показали не только ведущие маркетплейсы, но также и специализированные онлайн-магазины с незначительным оборотом. Их продажи возросли на 15-20%, а количество покупок – с 25% до 35%.

Если рассматривать в контексте регионов, то в интернет-покупках столичные регионы стабильно остаются основными потребителями и драйверами роста. Однако следует отметить, что спрос постепенно смещается и в регионы страны. Аргументом этого можно отметить, что еще 5 лет назад на Москву приходилась почти 50% всех онлайн-покупок, два года назад 25%, сейчас у неё лишь 19,5% в общем объёме продаж. Постепенное снижение происходит за счёт увеличения доли остальных регионов.

Российские интернет-магазины стали отказываться от услуг логистических операторов и развивают свои системы доставки. В связи с тем, что логистические компании теряют сегмент интернет-торговли, происходит консолидация российского рынка логистики: закрываются небольшие курьерские службы, замораживаются стартапы. Вместе с тем снижаются и объёмы бизнеса более крупных логистов, в портфеле которых была существенная доля отправок международных брендов, покинувших рынок РФ.

Последние три года большую часть доставок (около 74%) интернет-магазины и так осуществляли сами, но в 2022 году показатель вырос сразу на 12%.

Основной рост приходится на крупнейшие маркетплейсы – Ozon и Wildberries, в 2022 году их доля от всех служб доставки составила 75%, в то время как в 2021 году на них приходилось 62%. Таким образом, переход продавцов на маркетплейсы приведет к снижению доли рынка логистических услуг для предприятий интернет-торговли на 10% по итогам года, считают аналитики. В этой связи участники рынка будут вынуждены поднимать цены или сокращать предложение, чтобы сохранить прибыльность доставок.

Онлайн-продажи товаров повседневного спроса (FMCG) в России за 2022 год увеличились на 43,5%, что в пять раз больше средних темпов роста на глобальном рынке (8,3%). На мировом рынке FMCG главным трендом в сфере электронной коммерции становится замедление продаж: общая динамика онлайн-торговли снизилась вдвое (с 16,2% в 2021 году до 8,3% в 2022). При этом в России онлайн-канал остается самым динамичным благодаря тренду на экономию – покупатели продолжают сравнивать цены на большинство продуктов и находить более выгодные предложения в интернете [5].



Рис. 4 – Структура онлайн- продаж на российском рынке в 2022 году, %

[4],[5]

По всем товарным категориям в России зафиксированы темпы прироста продаж, что касается самых «взрывных» сегментов, то такими стали непродовольственные товары (предметы гигиены, бытовая химия, уход за телом) и горячие напитки.

Так, за 2022 год онлайн-продажи средств для стирки в РФ увеличились на 97,5%, предметов женской гигиены – на 96%. На 80% вырос спрос на средства по уходу за телом, на 67,9% – на средства для полости рта и бритья, на 65,8% – на средства для уборки. Рост спроса на бытовую химию и средства гигиены отмечается в условиях снижения ассортимента этих категорий во всех офлайн-точках продаж.

Таким образом, основной рост в 2022 году обеспечили крупные универсальные маркетплейсы: во второй половине 2022 года их доля достигла 74% в общем количестве заказов и впервые превысила половину всего объема продаж. Они же обеспечивают основной рост в 2023 году [6].

В страны ближнего зарубежья в 2022 году объем экспорта интернет-магазинов остался на уровне 2021 года. Ожидаемому росту помешали санкции. Основным ударом стало отключение Visa и MasterCard, что значительно усложнило приём платежей от зарубежных покупателей. Несколько месяцев ушло на то, чтобы продавцы освоили альтернативные варианты приёма оплаты. Сейчас эта проблема уже не стоит так остро. Есть несколько рабочих решений. Например, в Казахстане Voxberry предлагает доставку с приёмом наложенного платежа.

Таким образом, факторами, оказывающими влияние на развитие рынка электронной коммерции в настоящее время являются:

- непостоянство цен и ассортимента, нарушение логистических цепочек, сказывающееся влияние на любом бизнесе;

- постоянный поиск эффективных точек роста компаний, в которые требуются инвестировать время и деньги. Например, вывод на азиатский рынок брендов, создание альтернативы ушедшим игрокам. Для этих целей маркетплейсы – это путь выхода на конечных покупателей;

- динамичное развитие внутреннего или интегрированного производства в России, а так же совмещение его с онлайн-ритейлом;

- параллельный импорт, трансграничная торговля, всё это новые возможности для бизнеса в условиях динамично меняющихся условий.

Следует также отметить, что возникшее ухудшение транспортных потоков в стране и за ее пределами, вследствие геополитической обстановки, наводит на острую необходимость строительства новых производственно-сбытовых цепочек.

Библиографический список:

1. Савельева, А.И. Электронная коммерция в России и за рубежом: правовое регулирование. Учебное пособие. – М.: Статут, 2019. – 35 с.

2. Кубрак, А. Д. Таможенный аспект в сфере Интернет-торговли / А. Д. Кубрак, Ю. В. Лузгина, Ю. Ю. Солдатова // Актуальные проблемы современной экономики : Материалы IX международной научно-практической конференции. В 2-х частях, Омск, 03 июня 2021 года. Том Часть 2. – Омск: Омский государственный университет путей сообщения, 2021. – С. 252. – EDN CQGQBM.

3. Data Insight. Исследовательское агентство России: официальный сайт. – URL: <http://www.datainsight.ru/> (дата обращения 15.12.23).

4. Global Ecommerce 2022. – Режим доступа: <https://www.emarketer.com/> (дата обращения 01.11.23). – Текст: электронный.

5. Statista. Исследовательский онлайн-портал: официальный сайт. – URL: <https://adindex.ru.ru/> (дата обращения 15.12.23).

6. Интернет-торговля (рынок России) – URL:
<https://www.tadviser.ru/index.php/> (дата обращения 15.12.23).

Оригинальность 88%