

УДК 339.13

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ

Сафаралиев Р.М.¹

Студент

Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова

Россия, г. Москва

Стычева Д.А.

Бакалавр

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»

Россия, г. Москва

Аннотация

На сегодняшний день существует много способов приумножить капитал: хайпы, иностранная валюта, драгоценные камни и металлы, ценные бумаги и другие инструменты. В данном исследовании особое внимание уделено феномену электронной коммерции, определены ее преимущества и недостатки, а также проведено исследование связи электронной коммерции и российской экономики, проанализирована тенденция. На основе проведенного исследования было определено влияние пандемии на электронную коммерцию.

Ключевые слова: интернет, торговля, капитал, рынок, отрасли, электронная коммерция в РФ.

ELECTRONIC COMMERCE IN THE RUSSIAN ECONOMY

¹ *Научный руководитель: Мудрова С.В., к.э.н., доцент, заведующая кафедрой политической экономики и истории экономической науки, «Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова», Россия, г. Москва*

Safaraliev R. M.

Student

Plekhanov Russian University of Economics

Moscow, Russia

Stycheva D. A.

Bachelor

National research University «Higher school of Economics»

Moscow, Russia

Abstract

Today, there are many ways to increase capital: hype, foreign currency, precious stones and metals, securities and other instruments. This study pays special attention to the phenomenon of e-commerce, identifies its advantages and disadvantages, as well as conducts a study of the connection between e-commerce and the Russian economy, analyzes the trend. On the basis of the study, the impact of the pandemic on e-commerce was determined.

Key words: Internet, trade, capital, market, industry, e-commerce in Russia.

В современном мире колоссальными темпами происходит развитие информационно-коммуникационных технологий, которые распространяются во все сферы жизни общества: происходит рост инновационных технологий, набирает обороты электронное управление, более популярным становится дистанционная коммуникация. Данные тенденции можно увидеть, зайдя в поликлинику, больницу, школу и другие государственные учреждения, а тем более частные. Можно не выходя из дома записаться к врачу на прием, получить юридические и иные консультации, встать на очередь в садик, оформить социальную карту, вызвать

такси, заказать продукты питания, и множество других услуг можно получить посредством интернета и электронного гаджета. [3]

В наше время информационные технологии выступают в роли толчка для развития экономики. В области торговой деятельности основная часть предприятий стандартного формата стремительно выходит на электронный рынок, а некоторые уже состоявшиеся, добившиеся успеха компании сразу и начинали с интернет торговли (вайлдберрис(рус), амазон, алибаба, ибей и прочие). [10]

Любой бизнес, в том числе и электронная коммерция, имеет ряд преимуществ и недостатков. Преимущества электронной коммерции:

- Значительное сокращение затрат на маркетинговую поддержку, обеспечение обслуживания клиентов, обработку, хранение информации и управление ресурсами;
- Повышение эффективности продвижения товаров и услуг;
- Расширение территории сбыта товаров;
- Развитие взаимоотношения с клиентами, а также сокращение суммарного времени обработки запроса и обслуживания потребителя;
- Возможность участвовать в мировой торговле;
- Перспектива осуществления своих услуг иностранным государствам;
- Возможность мгновенно сравнить продукцию и цены (77% опрошенных покупателей отметили, что первым делом, выбирая между онлайн-ритейлерами, ориентируются на цены);
- Возможность доставки курьером на дом

Недостатки электронной коммерции:

- Недоверие части потребителей, а именно, живущих в регионах, так как интернет коммерция только набирает обороты в регионах РФ и большинство населения боится совершать финансовые операции в интернете;
- Недостатки в развитии инфраструктуры, в том числе финансовой;
- Недоработка институциональной базы;

- Проблемы в сфере логистики;
- Скоропортящиеся товары продавать не выгодно. [2]

Мировой рынок электронной коммерции принято классифицировать следующим образом: рынки верхнего эшелона, рынки второй волны и рынки выживания. К последнему относится современный российский рынок интернет торговли, который при этом демонстрирует один из самых высоких темпов роста продаж в онлайн среде. Поэтому можно сделать вывод, что в целом электронная коммерция в России стабилизировалась и продолжает активное развитие. [1]

Одна из главных тенденций развития электронной торговли - расширение части сегмента мобильных продаж и соответствующей инфраструктуры. Сектор мобильных продаж имеет ряд особенностей:

1. Возможность получения оперативного доступа к торговой площадке, обусловленный фактором покрытия сетей беспроводной связью;
2. Разное влияние на покупателей;
3. Несовершенство мобильных приложений;
4. Расширение спектра возможностей мобильного сегмента в связи с увеличением числа пользователей.

Тема мобильных продаж затронута не просто так, а потому что с очень высокой скоростью растет количество пользователей мобильного интернета. [1]

Рост объемов электронной коммерции отображен на рисунке 1. По рисунку видно, что с 2011 по 2019 гг. идет стабильный рост электронной коммерции в РФ. За 2011-2019 гг. показатель вырос на 575%. [7]



Рис.1 - Динамика электронной торговли в РФ 2011-2019 гг. (руб.).

Источник: составлено авторами на основе источника [10]

Если обратить внимание на динамику в долларах (рис. 2), то видно, что в 2015 году показатель упал на 32%. Это обусловлено изменением курса рубля, возникшим вследствие снижения цен на нефть и санкций по отношению к РФ со стороны запада. В целом же за 2011-2019 гг. показатель вырос на 211%. [4]

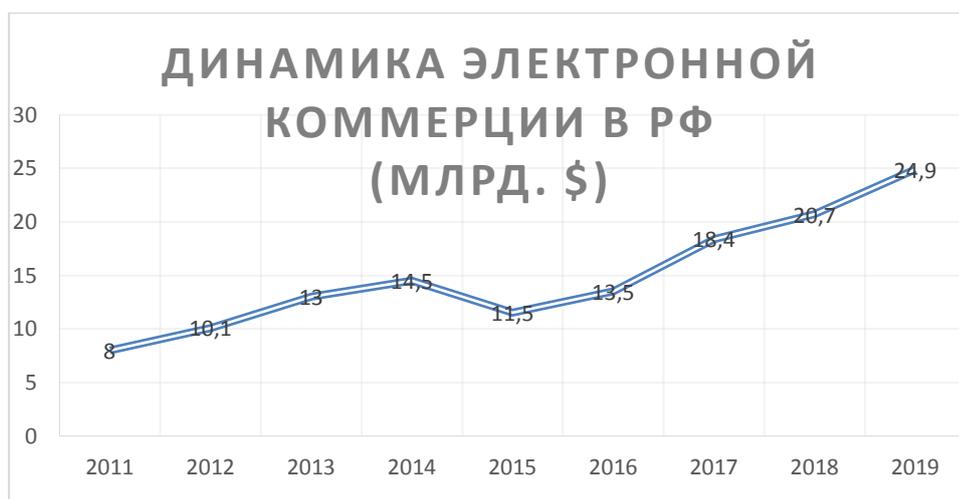


Рис.2 - Динамика электронной торговли в РФ 2011-2019 (\$)

Источник: составлено авторами на основе источника [10]

По состоянию на июль 2020 года аудитория интернета в России составила 95,3 млн человек. Из них 56% пользователей выходят в интернет и с десктопных, и с мобильных устройств. По итогам июня 2020 года оборот электронной тор-

говли в Российской Федерации составил почти 1,7 трлн рублей. К концу текущего года прогнозируется рост оборота на 45%, что в денежном эквиваленте составит 2,9 трлн рублей за 2020 год против 2 трлн рублей за 2019 год. [8] Следует отметить, что большая часть оборота приходится на внутреннюю торговлю. Такие высокие показатели приближают Российскую Федерацию к странам рынка верхнего эшелона электронной коммерции. [9] Одним из ключевых триггеров для этого послужила коронавирусная инфекция (COVID-19). В январе 2020 года внутренний рынок насчитывал 142,4 млрд рублей, в марте – 261 млрд рублей, в апреле продажи внутреннего рынка составляли уже 309,2 млрд рублей. Таким образом, месяцы вспышки коронавирусной инфекции привели к двойному росту интернет торговли. На трансграничную торговлю пандемия повлияла негативным образом, впервые за 7 лет наблюдается тенденция к снижению объема дистанционных продаж. Однако стоит иметь в виду, что рынок электронной коммерции в России растет за счет увеличения числа покупок; средний чек имеет тенденцию к динамичному снижению. [8]

Крупнейшими игроками рынка онлайн торговли в Российской Федерации являются такие маркетплейсы, как Wildberries и Ozon. Годовой оборот составляет 223,5 млрд рублей против 80,7 млрд рублей, и количество заказов находится на уровне 164 млн против 32,3 млн соответственно. [5]

Ключевыми драйверами рынка электронной коммерции выступают три категории покупок: одежда и обувь (30,2%), цифровая и бытовая техника (29,5%), продукты питания (14,1%). Также по итогам первого полугодия 2020 года наибольший объем продаж приходится на Центральный Федеральный округ, в частности на Москву. [6]

Вместе с ростом заинтересованных пользователей сетью интернет реклама в интернете становится дороже и соответственно качественнее, следовательно, большее количество предпринимателей интересуются агентствами по контекстной рекламе, SEO компаниями, которые продвигают и раскручивают сайт. Потребителям очень важно то, как визуально выглядит сайт, насколько быстро

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

открывается главная страница и остальные разделы, насколько удобно они (разделы) распределены по сайту, за что отвечают веб-студии. Все это ведет к тому, что реальная жизнь переносится в сеть интернет. Точно такие же инструменты (реклама, удобство, эстетичность) из реальности переходят в виртуальность. Это свидетельствует о том, что интернет имеет огромное будущее, которое нам пока невозможно представить, но можно извлечь полезное и сказать, что интернет коммерция будет набирать обороты.

Россия на данном этапе развития находится под санкциями, которые оказывают как негативное, так и положительное воздействие на страну. Во-первых, правительство обратило внимание на забытые отрасли экономики. Вследствие продэмбарго оживилась отрасль сельского хозяйства. Во-вторых, была создана национальная платежная карта МИР, независимая от внешних факторов. Также не стоит забывать, что Россия выдвинула ответные санкции. Сложно прогнозировать, что будет через пять, десять лет, но если опираться на актуальную обстановку в мире, то можно сказать, что, покупая на Алиэкспресс, Ибей, денежные средства идут на развитие экономик других стран, в РФ налоги не уплачиваются (НДС, Налог на прибыль, тем самым ухудшается будущее России). [11]

Помимо статистики, анализа и прогнозов, стоит обратить внимание на то, что электронная коммерция в России имеет лишь косвенное регулирование нормативно-правовыми актами. Нельзя объективно говорить о том, что этой сфере уделяется большое внимание, так как нет отдельного Федерального Закона, лишь косвенные, такие как «Закон РФ О защите прав потребителей», «Постановление Правительства РФ Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом», «Федеральный закон Об информации, информационных технологиях и о защите информации», «Федеральный закон Об электронной подписи», «Федеральный закон Об электронной цифровой подписи», «Закон РФ средствах массовой информации, Федеральный закон О рекламе» и масса других законов, которые регулируют электронную коммерцию. Несмотря на то, что законопро-

ект Федерального Закона «Об электронной торговле» был внесен на рассмотрение в 2000 году, он до сих пор не был принят. Были предприняты несколько попыток по внесению проекта, но в итоге каждый был отклонен, так как предметом регулирования этого проекта был лишь один этап электронной торговли – «заключение сделок с использованием электронных подписей», а не электронная коммерция в целом, то есть закон регулировал бы договорные отношения. Помимо этого, было еще много причин для отклонения проекта: терминологические расхождения с другими законами, их дублирование и не до конца раскрытые вопросы.

Подводя итог, хотелось бы отметить, что российский рынок интернет торговли имеет тенденции расширяться. Правительство все большее внимание уделяет электронной и цифровой экономике. Электронные инновации внедряются в государственные учреждения, эти действия приводят к тому, что электроника выходит в массы. Из года в год растет объем интернет торговли на российском рынке, а вместе с ней и доля трансграничной торговли. Население все больше начинает доверять интернету и осуществлению электронных платежей. На это в том числе оказывает влияние того, что коммерция в целом строго регламентируется нормативно правовыми актами. Для более тщательного контроля и регулирования электронной коммерции предлагается внести законопроект «Об электронной торговле», так как этот рынок очень сильно расширяется и ему необходимо особое внимание со стороны государственных органов. Результаты проделанной работы показывают растущий интерес потребителей к электронной торговле и соответственно интерес предпринимателей.

Библиографический список:

1. Брагин Л.А., Иванов Г.Г., Никишин А.Ф., Панкина Т.В. Электронная коммерция. — 2-е изд. — М.: Форум, 2020. — 192 с.
2. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. — 2-е изд. — М.: Юрайт, 2019. — 433 с.

3. Глобальное развитие e-commerce // IPG.Research. — 2020. — №3 URL: https://rgud.ru/documents/2020-IPG.Research_E-commerce.pdf (дата обращения 23.09.2020)
4. Интернет-торговля в России 2018 // Data Insight URL: https://datainsight.ru/ecommerce_2018 (дата обращения: 25.09.2020).
5. Мониторинг развития информационного общества в Российской Федерации на 02.10.2020 // Росстат URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/14478> (дата обращения: 25.09.2020).
6. Общая аудитория интернета // Mediascope WEB-Index URL: <https://webindex.mediascope.net/general-audience> (дата обращения: 25.09.2020).
7. Российский рынок интернет-торговли может вырасти в 2020 году до 2,9 трлн рублей // ТАСС URL: <https://tass.ru/ekonomika/9417161> (дата обращения: 25.09.2020).
8. Российский рынок интернет-торговли к 2024 году достигнет 2,78 трлн руб. // РБК URL: <https://www.rbc.ru/business/13/03/2019/5c88f46a9a79479761da827d> (дата обращения: 25.09.2020)
9. Что и как покупают в интернете жители России: аналитика и статистика за 2020 год // CMS Рейтинг URL: <https://cms-rating.ru/chto-i-kak-pokupayut-v-internete/> (дата обращения: 24.10.2020).
10. Интернет-торговля в России 2019: аналитика Data Insight12 URL: <https://e-pepper.ru/news/internet-torgovlya-v-rossii-2019-analitika-data-insight.html> (дата обращения: 29.10.2020).
11. Предпринимательская деятельность в условиях развития электронной коммерции URL: <https://e-pepper.ru/news/internet-torgovlya-v-rossii-2019-analitika-data-insight.html> (дата обращения: 29.10.2020).

Оригинальность 75%