

## Мировые тренды электронной коммерции в России: проблемы имплементации и пути решения

УБК:339.18:004(100);  
ББК:65.428(0);  
Ш645  
DOI: 10.24411/2072-8042-2021-9-75-81

*Анастасия Евгеньевна ШИРОКОВА,*  
*Российский экономический университет*  
*им. Г. В. Плеханова*  
*(117997, Москва, Стремянный пер., д.36)*  
*- Магистр факультета «Международная*  
*школа бизнеса и мировой экономики»,*  
*e-mail: nshirokovna1995@mail.ru*

### Аннотация

В статье рассматривается текущее состояние отрасли электронной коммерции в России. Сектор показывает растущую динамику и, в отличие от многих других отраслей, стабильно прошел 2020 год. По мнению автора, в перспективе нескольких лет благодаря возрастающей интернет-активности граждан объем рынка электронной торговли будет только расти даже в условиях сокращения реальных доходов. Приводятся отличительные черты российского рынка, такие как наличие собственных конкурентных компаний в сфере и повышенное внимание государства к сектору. Дается оценка наиболее актуальных мировых трендов и рисков развития e-commerce – смена формата магазинов, массовый переход в онлайн и развитие гибкой доставки – с учетом российской специфики.

**Ключевые слова:** электронная коммерция, Интернет-торговля, кибербезопасность, онлайн-сервисы, цифровизация.

## Global E-Commerce Trends in Russia: Implementation Problems and Solutions

*Anastasia Evgen'evna SHIROKOVA,*  
*Plekhanov Russian University of Economics (117997, Moscow, Stremyanny Lane 36) - Master,*  
*Faculty of International School of Business and World Economy, e-mail: nshirokovna1995@mail.ru*

### Abstract

The article examines the current state of the e-commerce industry in Russia. The sector shows growth and, unlike many other industries, even steadily growing under the pandemic. According to the author, due to the increasing Internet activity of citizens the turnover of the e-commerce market will only grow even with the real incomes reduction in the future. The distinctive features of the Russian market, such as the presence of national competitive market players and the increased attention of the government, are given. An assessment of the most relevant global trends and risks of e-commerce growth, with the Russian specifics, is given, e.g., a change in the format of stores; a massive transition to online, and the flexible delivery development.

**Keywords:** e-commerce, cybersecurity, online services, digitalization.



Сфера электронной коммерции – одна из наиболее стремительно развивающихся за последние годы. Находясь на стыке экономики, технологий и бизнеса, электронная коммерция непосредственным образом меняет не только структуру международной экономики и механизмы привычной кооперации, но и отражается на ежедневном взаимодействии людей друг с другом.

Россия движется в общем тренде постепенного увеличения доли электронной коммерции во внешней и внутренней торговле. Заинтересованными в данном процессе оказываются не только частные лица и компании, стремящиеся максимизировать свою прибыль, но и государство.

Понятие «электронная коммерция» трактуется по-разному, однако в широком смысле оно подразумевает передачу прав на владение теми или иными объектами через сделки, проводимые с помощью компьютерных и интернет-технологий<sup>1</sup>. На повседневном уровне это, в первую очередь, применимо к обмену товарами и услугами с помощью электронных средств без личного присутствия в онлайн-пространстве<sup>2</sup>. Сегмент e-commerce начал активно развиваться после появления крупных международных торговых площадок, затем им на смену пришли локальные маркетплейсы и небольшие нишевые компании.

В России наблюдается как рост общего числа сделок в Интернете, так и рост объема рынка e-commerce. По данным Ассоциации компаний Интернет-торговли (АКИТ), в 2020 году объем сделок российских граждан в российских интернет-магазинах составил 2,78 трлн рублей, а с учетом зарубежных площадок – 3,22 трлн (рост по сравнению с 2019 годом +58,5%)<sup>3</sup>. В общем объеме продаж электронная коммерция занимает уже 9,6%<sup>4</sup>. Тем не менее, Россия все еще отстает от стран-лидеров по доле e-commerce в ВВП: в России данный показатель – 1,3%, в лидирующих Китае и США – 5,1% и 2,6% соответственно<sup>5</sup>. Наибольшим спросом пользуются товары категории FMCG: продукты питания, электроника, бытовая техника, одежда и обувь. Объемы продаж растут и в B2C, и в B2B сегменте.

Быстрый рост сектора электронной коммерции обусловлен несколькими факторами. Один из наиболее важных – высокий процент населения с доступом к Интернету. По разным оценкам от 95 до 118 млн россиян имеют доступ к технологии (около 80% населения)<sup>6</sup>. Доля пользователей в возрасте от 12 до 24 лет – наиболее активной Интернет-аудитории – и вовсе свыше 97%<sup>7</sup>. Столь высокие показатели обусловлены высоким уровнем урбанизации населения.

Не менее важно наличие собственного сегмента интернета на русском языке – Рунета. Российский сегмент Интернета представляет собой относительно обособленную систему со своими почтовыми и поисковыми сервисами. Эта база позволила активно расти и российской онлайн-торговле. В отличие от многих европейских или азиатских стран, где наблюдается доминирование американских, британских или китайских торговых площадок, в России образовались свои крупные онлайн-ритейлеры, среди которых – Ozon, Wildberries, Lamoda, Яндекс.Маркет

и другие. Это делает российский сегмент онлайн-торговли крайне конкурентным и ориентированным на потребителя, заставляет игроков развивать гибкие системы получения товаров и их логистики (пункты выдачи, постаматы, доставка «до двери»), сервис экспресс-доставки (российский рынок экспресс-доставки в 2020 году превысил 90 млрд рублей, рост к 2019 году + 13,6%)<sup>8</sup>.

Важным триггером развития электронной коммерции стала пандемия коронавируса. В 2020 году даже наиболее консервативный бизнес осознал необходимость развития цифрового бренда и услуг. В онлайн перешли и вовсе непривычные сделки, например, покупка сим-карт или лекарств. Наибольшая доля покупок российских пользователей через Интернет приходится на крупные города, в первую очередь – Москву и Санкт-Петербург, Московскую и Ленинградскую область (суммарно 53% от всех сделок)<sup>9</sup>.

Еще несколько лет назад крупные продавцы в свете снижения офлайн-активности покупателей стали задумываться о смене общей модели своей работы. Все это воплотилось в глобальный тренд цифровизации бизнеса, сокращения или изменения физических точек продаж. В особенности на фоне пандемии COVID-19 стало понятно, что привычные традиционные офлайн-магазины нуждаются в переформатировании для снижения издержек и банального поддержания бизнеса на плаву<sup>10</sup>. При офлайн-торговле пользователь так или иначе ограничен в выборе, не имеет полной информации по цене товара или отзывам других покупателей, тратит. Кроме того, на фоне COVID-19 для многих поход в магазин ассоциируется с переполненностью людьми, а значит, – с риском заражения, лишней тратой времени. Очевидные выгоды новая модель несет и ритейлерам: компании могут сэкономить значительные средства, сократив бюджет на аренду магазинов и штат сотрудников.

Все больше компаний берут на вооружение стратегию мультиканальных продаж. Если раньше весь цикл приобретения товара совершался через физический контакт, то теперь магазин служил витриной для знакомства с продукцией: сами покупки часто совершаются через мобильные приложения или сайт<sup>11</sup>. Важным элементом общей стратегии являются и соцсети, через которые происходит реклама и реализация товаров.

Не менее заметный тренд – все большая ориентация на нужды конкретного потребителя. Каждый продавец стремится персонализировать предложение через изучение покупательских привычек и любимых товаров, для чего применяются технологии анализа больших данных. Магазины хотят максимально сократить пользовательский путь до конечной покупки, делая доступным покупки из мобильного приложения, предлагая удобную систему оплаты и гарантию возврата. В дальнейшем тренд на индивидуальный подход, который по объективным причинам недостижим в офлайн-ритейле, будет только набирать обороты.



Другой важный тренд – интернационализация электронной торговли. Несмотря на спад в коронавирусный 2020 год и вводимые ограничения на максимальную сумму ввозимого товара, объемы трансграничной торговли в России по-прежнему на высоком уровне<sup>12</sup>. С появлением e-commerce торговля между странами значительно упростилась. Крупные мировые ритейлеры адаптируются к локальным рынкам (к примеру, AliExpress в странах присутствия запускается локализованные сайты с ориентацией на наиболее востребованные категории товаров). Российские компании также выходят на международный рынок (Wildberries открыл продажи в Польше, Словакии, Германии и Израиле)<sup>13</sup>. В дальнейшем тренд на международную торговлю с доставкой по всему миру только усилится.

Вместе с тем рост электронной коммерции сопряжен с целым рядом рисков. В России наблюдаются все ключевые международные проблемы e-commerce. Наиболее обсуждаемая из них – безопасность финансовых сделок через Интернет. Многочисленные случаи мошенничества, краж данных банковских карт, невозможности отследить конечного покупателя – на данный момент эти проблемы остаются без ответа. Только за первое полугодие 2020 года с карт и счетов российских банковских пользователей украдено более 4 млрд рублей, при этом возвращено из них всего 12%<sup>14</sup>. Проблемой является и аутентификация пользователя: люди привыкли к анонимности в Интернете и при совершении сделок желают ее сохранить. Использование непроверенных электронных платежных систем можно снизить только глобальными инициативами, что в текущих сложных политических условиях не представляется возможным.

В паре с безопасностью дистанционных сделок возникает вопрос регулирования нового вида торговли. Пока государства не выработали единого подхода к e-commerce в вопросах налогообложения, таможенных пошлин и лицензирования товаров. Крайне актуальным является вопрос защиты прав интеллектуальной собственности, особенно в свете общего постепенного смещения экономической активности в азиатские страны. Шагом вперед в этом направлении может стать разработка универсальных регламентов работы для ритейлеров сначала на региональном, затем на глобальном уровне. Гарантами в такой схеме могут выступать правительства государств, в чьей юрисдикции зарегистрированы компании<sup>15</sup>.

Есть все основания полагать, что в будущем объем электронной коммерции в России будет только расти. Россия находится в общемировом тренде постепенного перехода деловой активности в цифровое пространство и наряду с остальными странами подвержена глобальным трендам e-commerce: развитие мультимедийных продаж, персонализация пользовательского опыта, интернационализация торговли.

Электронная коммерция несет большие политические и экономические преимущества. Чтобы сохранить текущие темпы роста отрасли, а также поддержать отечественных игроков, государству необходимо разработать действенные и приемлемые для всех механизмы регулирования отрасли.

**ПРИМЕЧАНИЯ:**

<sup>1</sup> Горбунова О. Н., Горбунова Ю. И. Проблемы и перспективы развития электронной торговли в России // Социально-экономические явления и процессы. 2016. №8. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-i-perspektivy-razvitiya-elektronnoy-torgovli-v-rossii-1> (дата обращения: 28.05.2021).

<sup>2</sup> Левченко К. В. Проблемы развития электронной коммерции // Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий: материалы Международн. науч.-практ. конф. Екатеринбург, 23–24 апреля 2015 г. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015. – Т. 2. – С. 30-33.

<sup>3</sup> Россияне в 2020 году потратили 3,221 трлн рублей на онлайн-покупки [Электронный ресурс] // РИА Новости. – 18.02.2021. Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/10730671> (дата обращения 27.05.2021).

<sup>4</sup> Там же.

<sup>5</sup> «Интернет-торговля в России 2019»: аналитика Data Insight [Электронный ресурс] // E-pepper.ru. – 18.12.2019. Режим доступа: <https://e-pepper.ru/news/internet-torgovlya-v-rossii-2019-analitika-data-insight.html> (дата обращения 24.05.2021).

<sup>6</sup> eCommerce 2020: основные цифры [Электронный ресурс] // E-pepper.ru. – 31.12.2020. Режим доступа: <https://e-pepper.ru/news/ecommerce-2020-osnovnye-tsifry.html> (дата обращения 25.05.2021).

<sup>7</sup> Доля пользователей интернета в России среди молодежи приблизилась к 100% [Электронный ресурс] // РБК. – 12.01.2021. Режим доступа: <https://bit.ly/3cPY7SM> (дата обращения 24.05.2021).

<sup>8</sup> Анализ российского рынка экспресс-доставки грузов и почты: итоги 2020 г., прогноз до 2023 г. [Электронный ресурс] // РБК. – 16.04.2021. Режим доступа: <https://marketing.rbc.ru/articles/12464> (дата обращения 25.05.2021).

<sup>9</sup> Развитие электронной коммерции в России [Электронный ресурс] // Государственный университет управления. – 21.01.2019. Режим доступа: [https://guu.ru/news\\_ru/59189](https://guu.ru/news_ru/59189) (дата обращения 27.05.2021).

<sup>10</sup> Рынок e-commerce в России: тренды и новые решения [Электронный ресурс] // РБК. – 10.12.2020. Режим доступа: <https://plus.rbc.ru/partners/5fd0cff7a8aa90fc83656b1> (дата обращения 27.05.2021).

<sup>11</sup> Милонова М.В., Арбатов Д.К. Электронная коммерция в России: некоторые проблемы и пути их решения // Международная торговля и торговая политика. 2015. №3 (3), с.102. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/elektronnaya-kommertsiya-v-rossii-nekotorye-problemy-i-puti-ih-resheniya> (дата обращения 30.05.2021).

<sup>12</sup> Эксперты сообщили о росте рынка интернет-торговли в России на 44% [Электронный ресурс] // ТАСС. – 05.04.2021. Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/11067873> (дата обращения 30.05.2021).

<sup>13</sup> Wildberries открыл продажи в Германии [Электронный ресурс] // Ведомости. – 14.01.2021. Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/business/news/2021/01/14/854016-wildberries-otkril-prodazhi-v-germanii> (дата обращения 30.05.2021).



<sup>14</sup> ЦБ в пандемию в 4 раза увеличил число блокировок мошеннических номеров [Электронный ресурс] // РБК. – 29.10.2020. Режим доступа: <https://www.rbc.ru/finances/29/10/2020/5f9ab3489a79476978846b69> (дата обращения 30.05.2021).

<sup>15</sup> Милонова М.В., Арбатов Д.К. Электронная коммерция в России: некоторые проблемы и пути их решения // Международная торговля и торговая политика. 2015. №3 (3), с.110. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/elektronnaya-kommertsiya-v-rossii-nekotorye-problemy-i-puti-ih-resheniya> (дата обращения 30.05.2021).

#### БИБЛИОГРАФИЯ:

Анализ российского рынка экспресс-доставки грузов и почты: итоги 2020 г., прогноз до 2023 г. [Электронный ресурс] // РБК (Analiz rossijskogo ry'nka e'kspress-dostavki gruzov i pochty': itogi 2020 g., prognoz do 2023 g. [E'lektronny'j resurs] // RBK). – 16.04.2021. Режим доступа: <https://marketing.rbc.ru/articles/12464>.

Горбунова О.Н., Горбунова Ю.И. Проблемы и перспективы развития электронной торговли в России // Социально-экономические явления и процессы. 2016. №8 (Gorbunova O.N., Gorbunova Yu.I. Problemy` i perspektivy` razvitiya e'lektronnoj trgovli v Rossii // Social'no-e'konomicheskie yavleniya i processy`. 2016. №8). Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-i-perspektivy-razvitiya-elektronnoy-torgovli-v-rossii-1>.

Доля пользователей интернета в России среди молодежи приблизилась к 100% [Электронный ресурс] // РБК (Dolya pol'zovatelej interneta v Rossii sredi molodezhi priblizilas` k 100% [E'lektronny'j resurs] // RBK). – 12.01.2021. Режим доступа: <https://bit.ly/3cPY7SM>.

“Интернет-торговля в России 2019”: аналитика Data Insight (“Internet-torgovlya v Rossii 2019”: analitika Data Insight) [Электронный ресурс] // E-pepper.ru. – 18.12.2019. Режим доступа: <https://e-pepper.ru/news/internet-torgovlya-v-rossii-2019-analitika-data-insight.html>.

Левченко К. В. Проблемы развития электронной коммерции // Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий: материалы Международн. науч.-практ. конф. Екатеринбург, 23–24 апреля 2015 г. - Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015. - Т. 2. - С. 30-33 (Levchenko K. V. Problemy` razvitiya e'lektronnoj kommercii // Strategii razvitiya social'ny'x obshhnostej, institutov i territorij: materialy` Mezhdunarodn. nauch.-prakt. konf. Ekaterinburg, 23–24 aprelya 2015 g. - Ekaterinburg: Izd-vo Ural. un-ta, 2015. - T. 2. - S. 30-33).

Милонова М.В., Арбатов Д.К. Электронная коммерция в России: некоторые проблемы и пути их решения // Международная торговля и торговая политика. 2015. №3 (3) (Milonova M.V, Arbatov D.K. E'lektronnaya kommerciya v Rossii: nekotory'e problemy` i puti ix resheniya // Mezhdunarodnaya trgovlya i trgovaya politika. 2015. №3 (3)). Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/elektronnaya-kommertsiya-v-rossii-nekotorye-problemy-i-puti-ih-resheniya>.

Развитие электронной коммерции в России [Электронный ресурс] // Государственный университет управления (Razvitie e'lektronnoj kommercii v Rossii [E'lektronny'j resurs] // Gosudarstvenny'j universitet upravleniya). – 21.01.2019. Режим доступа: [https://guu.ru/news\\_ru/59189](https://guu.ru/news_ru/59189).

Россияне в 2020 году потратили 3,221 трлн рублей на онлайн-покупки [Электронный ресурс] // РИА Новости (Rossiyane v 2020 godu potratili 3,221 trln rublej na onlajn-pokupki [E`lektronny`j resurs] // RIA Novosti). – 18.02.2021. Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/10730671>.

Рынок e-commerce в России: тренды и новые решения [Электронный ресурс] // РБК (Ry`nok e-commerce v Rossii: trendy` i novy`e resheniya // RBK). – 10.12.2020. Режим доступа: <https://plus.rbc.ru/partners/5fd0cff7a8aa90fc83656b1>.

ЦБ в пандемию в 4 раза увеличил число блокировок мошеннических номеров [Электронный ресурс] // РБК (CzB v pandemiyu v 4 raza uvelichil chislo blokirovok moshennicheskix nomerov // RBK). – 29.10.2020. Режим доступа: <https://www.rbc.ru/finances/29/10/2020/5f9ab3489a79476978846b69>.

Эксперты сообщили о росте рынка интернет-торговли в России на 44% [Электронный ресурс] // ТАСС (E`ksperty` soobshhili o roste ry`nka internet-torgovli v Rossii na 44% // TASS). – 05.04.2021. Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/11067873>.

eCommerce 2020: основные цифры (eCommerce 2020: osnovny`e cifry`) [Электронный ресурс] // E-pepper.ru. – 31.12.2020. Режим доступа: <https://e-pepper.ru/news/ecommerce-2020-osnovnye-tsifry.html>.

Wildberries открыл продажи в Германии [Электронный ресурс] // Ведомости (Wildberries otkry`l prodazhi v Germanii // Vedomosti). – 14.01.2021. Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/business/news/2021/01/14/854016-wildberries-otkril-prodazhi-v-germanii>.

