

УДК 339.9

РЫНОК ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ В РОССИЙСКОМ И МИРОВОМ МАСШТАБЕ

Савенкова И.В., Бадисова В.А.

ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет», Ростов-на-Дону, e-mail: sev-572@mail.ru

Целями данного исследования являются изучение и анализ развития рынка интернет-торговли в рамках как Российской Федерации, так и международного рыночного пространства. Под действием рычагов глобализации рынок интернет-торговли активно расширяется и приобретает все большее значение в торговле страны с другими мировыми партнерами, а под действием современных ограничительных действий пандемии коронавируса COVID-19 в мире наблюдается в некоторой степени вынужденное перераспределение потребительского спроса населения мира от офлайн-торговли к онлайн-продажам. Интернет-торговля за относительно короткий промежуток времени стала доступным и удобным сервисом для многих потребителей мира, а российский рынок интернет-торговли вошел в мировой топ-10 по объемам продаж. Мощным драйвером такой переориентации не только российской, но и мировой экономики в целом послужили наряду с условиями пандемии расширение доступа к сети Интернет (и как следствие – количества ее пользователей) и возможность выхода в Интернет с любого смарт-устройства. В данной работе представлены данные о динамике рынка интернет-торговли по странам мира, выделены страны с крупнейшими объемами рынка изучаемого сегмента; проанализирована структура выручки интернет-магазинов по товарным группам в России; уделено внимание динамике выручки розничного онлайн-экспорта и основным его направлениям, а также рассмотрены основные торговые партнеры России в сфере онлайн-продаж за последние годы.

Ключевые слова: онлайн-торговля, рынок интернет-торговли, онлайн-экспорт, направления онлайн-экспорта, структура выручки интернет-торговли

E-COMMERCE MARKET ON A RUSSIAN AND GLOBAL SCALE

Savenkova I.V., Badisova V.A.

Southern Federal University, Rostov-on-Don, e-mail: sev-572@mail.ru

The purpose of this study is to study and analyze the development of the e-commerce market within both the Russian Federation and the international market space. Under the influence of the levers of globalization, the e-commerce market is actively expanding and gaining an increasing role in the country's trade with other global partners, and under the influence of modern restrictive actions of the COVID-19 coronavirus pandemic, there is to some extent a «forced» redistribution of consumer demand of the world's population from offline trade to online sales. In a relatively short period of time, e-commerce has become an affordable and convenient service for many consumers around the world, and the Russian e-commerce market has entered the world top 10 in terms of sales. Along with the conditions of the pandemic, the expansion of access to the Internet and, as a result, the number of its users, and the ability to access the Internet from any smart device, served as a powerful driver of such a reorientation not only of the Russian, but also of the global economy as a whole. This paper presents data on the dynamics of the e-commerce market by countries of the world, identifies the countries with the largest market volumes of the studied segment; analyzes the structure of revenue of online stores by product groups in Russia; pays attention to the dynamics of revenue of online retail exports and its main directions, and also considers the main trading partners of Russia in the field of online sales in recent years.

Keywords: online trade, online trade market, online export, online export directions, e-commerce revenue structure

Глобализация и стремление стран к взаимодействию заставляют рынок подстраиваться под изменяющиеся условия. Еще совсем недавно внешнеэкономическое взаимодействие в форме международной торговли осуществлялось в основном при помощи классического его проявления, в современном же мире продолжает набирать обороты интернет-торговля. Цифровизация все больше «внедряется» не только в личную жизнь каждого человека, но и в процессы международного бизнеса. Пандемия COVID-19 и связанные с ней ограничения в мировом пространстве привели к перераспределению потребительского спроса онлайн, на фоне чего сейчас интернет-торговля представляется

особо актуальной и интересной в аналитическом аспекте.

Целью данной статьи является исследование динамики и структуры развития интернет-торговли в российском масштабе и в рамках международного пространства как перспективной сферы развития торговли в целом в современных рыночных условиях.

Материалы и методы исследования

В основу исследования положен системный подход, который обусловил применение общенаучных методов (диалектической логики, индукции, дедукции, анализа и синтеза), а также экономико-математического, сравнительного, динамического методов исследования.

**Результаты исследования
и их обсуждение**

Интернет-торговля является перспективным направлением развития внешне-экономической деятельности не только российской экономики, но и мировой экономики в целом и удовлетворяет современным тенденциям развития всех торговых процессов. При помощи интернет-торговли можно покупать и продавать как физические и цифровые товары в виде продуктов, одежды, мебели, электроники, бумажных книг, музыки, кино, онлайн-курсов, так и различные услуги, например фотосъемку, уборку и т.д. Самыми распространенными типами интернет-торговли выступают b2b и b2c, т.е. бизнес для бизнеса и бизнес для потребителя. Наряду с данными типами широкое применение имеют и c2b, c2c, g2b, b2g, c2g (g – правительство).

Рассматривая динамику рынка интернет-продаж в целом в мире, можно сказать, что российский рынок является самым растущим. В 2020 г. в сравнении с предыдущим годом темп его прироста составил 34 % (рис. 1).

Как можно видеть по данным рис. 1, второе место из представленных стран по росту рынка занимает Турция – 20%, третье и четвертое место – Аргентина и Индонезия – 16% и 15% соответственно. Стоит обратить внимание и на показатели таких развивающихся стран, как Индия, который, согласно представленным данным, равен 13%, и ЮАР – 9%. Наименьший процент роста рынка интернет-продаж отмечен в Испании и Италии – по 8%, что можно объяснить плавным переходом экономик данных стран с пути индустриализации

на путь деиндустриализации и интенсивного развития сферы услуг.

При этом хотелось бы заметить, что самые значительные объемы рынка интернет-продаж из представленных на рис. 1 стран отмечены в Китае (954,5 млрд долл. США) и в Бразилии (179 млрд долл. США). Объемы российского рынка интернет-торговли можно отнести в один диапазон с Италией и Индией, значение данного показателя этих стран равно соответственно 37,4; 36,4; 44 млрд долл. США.

В данном контексте хотелось бы отметить, что по данным Высшей школы экономики абсолютными лидерами онлайн-торговли в мире в 2019 г. являлись Китай и США [1], а по данным РБК в 2021 г. в лидеры войдет и Южная Корея [2].

На рис. 2 можно заметить, что по объемам рынка интернет-торговли Россия в 2019 г. вошла в топ-10 крупнейших рынков, расположившись на 10-м месте и разделив одинаковый объем рынка в стоимостном выражении с Индией, которой эксперты отдали 9-е место.

Доступ к интернет-торговле в современных жизненных условиях возможен с любого смарт-устройства, будь то смартфон, компьютер или планшет, главное условие – доступ в Интернет. Согласно данным международного союза электросвязи, в 2019 г. распространенность Интернета среди населения России составила 81%, что является достаточно хорошим показателем, способствующим дальнейшему активному развитию интернет-торговли среди российских потребителей. По данному показателю мы обгоняем такие страны, как Китай (54%), Индия (34%), Бразилия (67%), но немного уступаем таким развитым странам, как США (87%), Великобритания (95%), Германия (88%) [3].

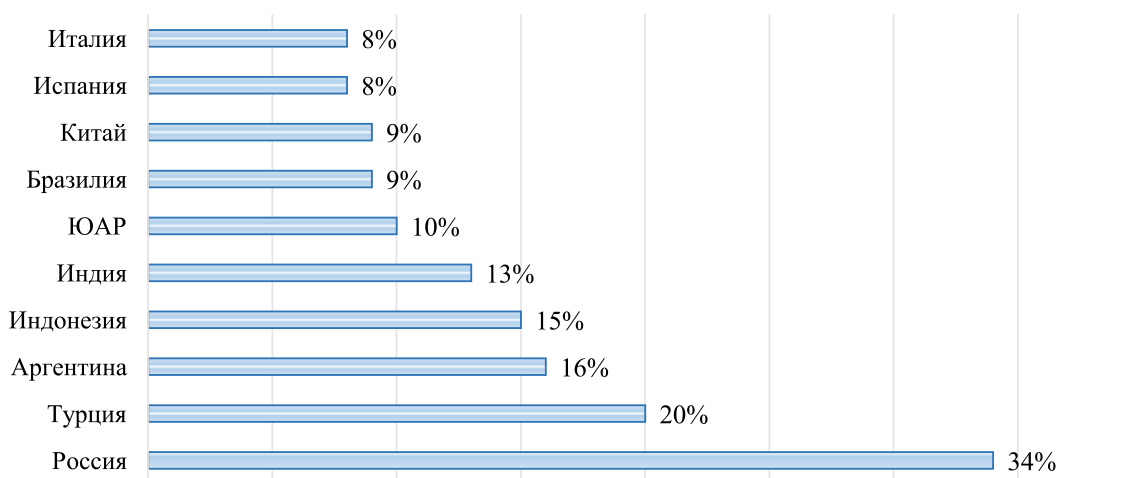


Рис. 1. Динамика рынка интернет-продаж в некоторых странах мира в 2020 г. [1]

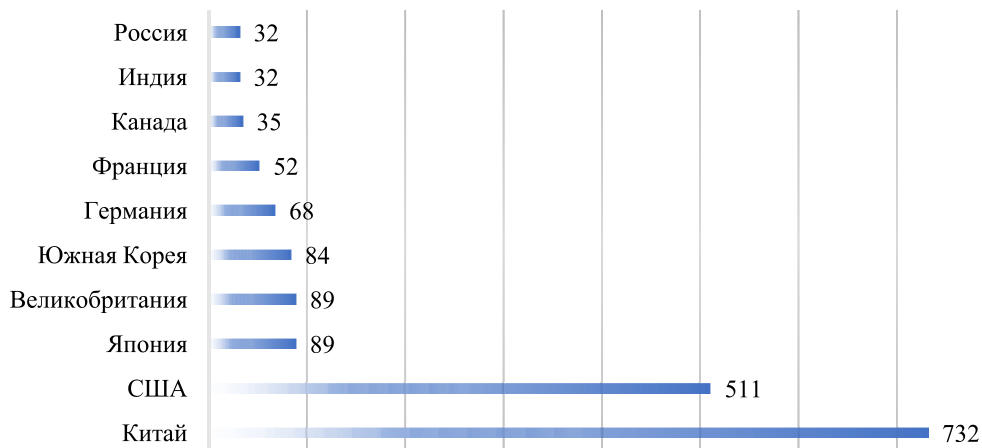


Рис. 2. Топ-10 крупнейших рынков интернет-торговли в 2019 г. [1]

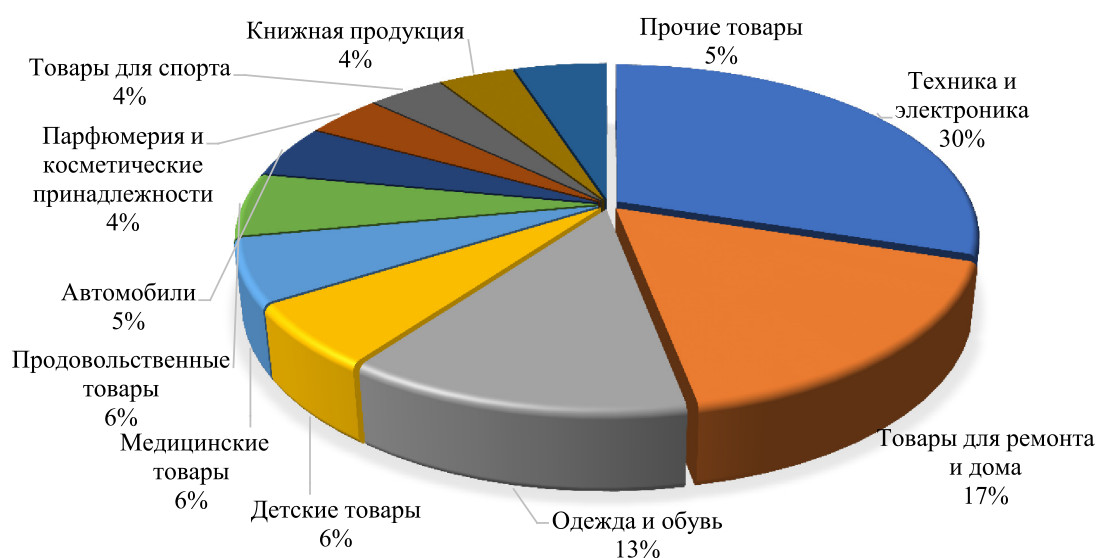


Рис. 3. Структура выручки интернет-магазинов по товарным группам в 2020 г. [4]

Акцентируя внимание на структуре российского рынка интернет-торговли, можно заметить, что в 2020 г. наибольшим спросом у жителей нашей страны пользовались такие товары, как техника и электроника (30%), товары для ремонта и дома (17%), одежда и обувь (13%) – их совокупная доля составляет 60% (рис. 3).

Несмотря на то что выручке по товарной категории «продовольственные товары» отводится всего 6%, стоит отметить, что именно в этой нише наблюдается наибольшая интенсивность динамики: +249% по сравнению с 2019 г. Такая структура и динамика в 2020 г. объясняются в первую очередь обстоятельствами, вызвавшими пандемией COVID-19. Рассмотрим под-

робнее розничный онлайн-экспорт в России за 2020 г. Розничный онлайн-экспорт представляет собой заказы для интернет-магазинов, которые поступают от иностранных клиентов при помощи сайта, социальных сетей (например, Instagram) и других способов выхода на иностранного клиента.

В 2020 г. объем российского рынка онлайн-экспорта составлял 1160 млн долл. США, при этом было произведено 27,4 млн отправок, что на 11,7 млн больше, чем в 2019 г. Несмотря на общий рост в сфере экспорта, средний чек уменьшился на 19% по сравнению с 2019 г. и равен 42 долл. [5].

Согласно данным рис. 4, динамика розничного онлайн-экспорта является положительной, при этом темпы роста

представляются весьма значительными. Так, в 2017 и 2019 гг. темп роста объема онлайн-экспорта составлял 127,91% и 123,98%, а в 2020 г. – уже 141,98%. Данный факт свидетельствует о развитии данного направления.

Далее рассмотрим основные страны ближнего и дальнего зарубежья, в которые Россия осуществляет онлайн-экспорт (таблица).

Лидерами среди стран ближнего зарубежья являются Белоруссия, в которую в 2020 г. экспортировалось 22,3% товара на онлайн-площадке, что на 4,8 процентных пункта больше, чем в 2018 г., и Казахстан – 17,7% в 2020 г., что на 4 процентных пункта больше, чем в 2018 г. Из стран дальнего зарубежья больше всего экспортируется товаров в США (за анализируемый период доля экспорта варьировала в пределах от 17,3% до 20,4%), а также в страны Западной Ев-

ропы (от 10,4% до 10,8%). Наименьший процент в структуре российского онлайн-экспорта имеет Китай, его динамика также отрицательная: с 2018 г. по 2020 г. онлайн-экспорт снизился с 2,4% до 1,3%.

Из представленных в таблице данных можно заметить, что в 2018 г. экспорт в страны дальнего зарубежья по сравнению со странами ближнего зарубежья преобладал примерно на 30%, но уже в 2020 г. мы видим, что доли экспорта становятся почти равными, и не исключено, что уже в 2021 г. страны ближнего зарубежья обгонят по данному показателю.

Рассматривая структуру выручки розничного онлайн-экспорта России за 2020 г. (рис. 5), можно заметить, что основную долю в объеме рынка занимает продажа одежды и обуви – 40%. Далее следуют коллекционные вещи (10%) и товары для дома и интерьера (9%).

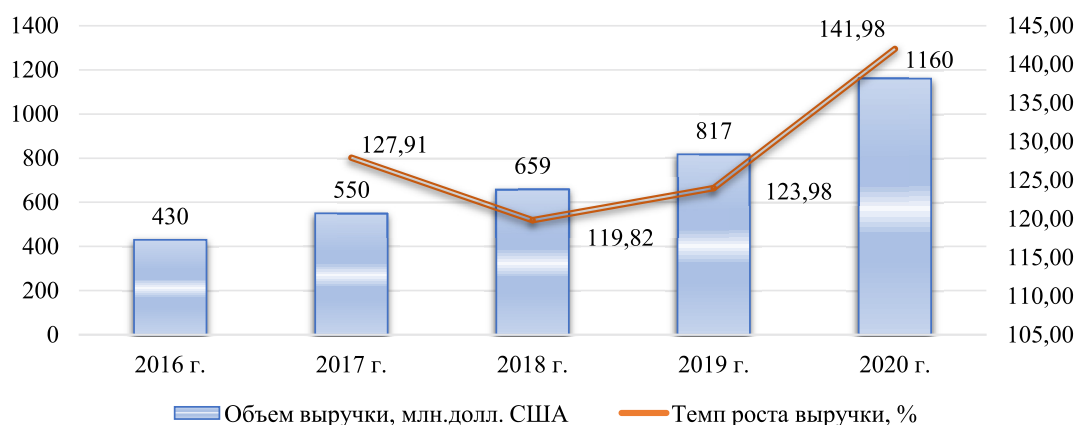


Рис. 4. Динамика выручки розничного онлайн-экспорта России за 2016–2020 гг. [6]

Структура розничного онлайн-экспорта России в страны ближнего и дальнего зарубежья в 2018–2020 гг. [7]

Наименование стран	2018 г.	2019 г.	2020 г.
Страны ближнего зарубежья			
Беларусь	17,5%	21,8%	22,3%
Казахстан	13,7%	12,9%	17,7%
Украина	6,6%	4,6%	5,6%
Другие страны ближнего зарубежья	нет данных	3,5%	3%
Страны дальнего зарубежья			
США	17,6%	20,4%	17,3%
Западная Европа	10,7%	10,4%	10,8%
Великобритания	3,8%	3,8%	4%
Израиль	2%	2,2%	3%
Канада	2,2%	2,3%	2,2%
Китай	2,4%	1,9%	1,3%
Другие страны дальнего зарубежья	нет данных	20%	10%

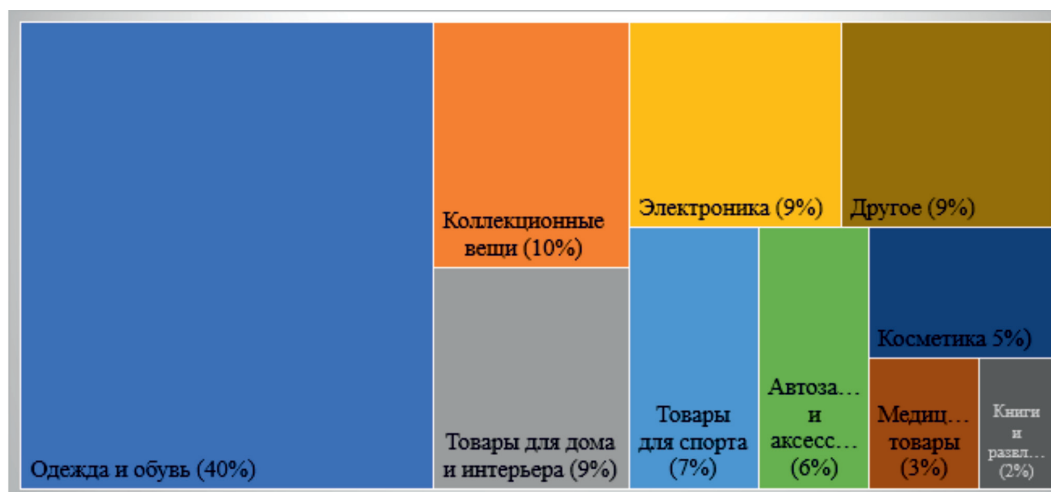


Рис. 5. Структура российского розничного онлайн-экспорта в 2020 г. [7]

При этом стоит отметить, что наблюдается значительный рост в объемах продаж этих товарных категорий (например, по сравнению с 2019 г. онлайн-экспорт одежды и обуви увеличился на 215%, а товары для дома и интерьера – на 101%).

Заключение

Результаты исследования позволяют сделать вывод, что Россия занимает первое место по динамике роста онлайн-продаж, и это свидетельствует о значительном укреплении позиций в данной нише. Такая динамика обусловлена пандемией, которая заставила многих людей по-новому посмотреть на онлайн-торговлю. Высокие показатели распространенности Интернета среди населения также создают благоприятные условия для развития исследуемой нами сферы торговли как в России, так и за рубежом. Согласно проведенным исследованиям, в 2020 г. лидирующую позицию в онлайн-экспорте занимала продажа одежды и обуви (40%), при этом мы видим рост по сравнению с предыдущим периодом более чем в 200%. Такая положительная динамика является следствием режима самоизоляции, который подтолкнул население делать покупки через Интернет.

Как можно заметить, интернет-торговля сейчас активно развивается как в российском, так и в мировом пространстве. Согласно проведенному исследованию,

мы уже добились значительных успехов и с каждым годом увеличиваем объемы онлайн-экспорта и онлайн-продаж. Есть и проблемы, связанные с большим отставанием в данной сфере по отношению к наиболее развитым странам. Несмотря на это, российский рынок интернет-торговли будет расти не только внутри страны, но и за ее пределами.

Список литературы

1. Российский рынок интернет-торговли. [Электронный ресурс]. URL: <https://icef.hse.ru/data/2020/06/15/1605035155/Обзор%20рынка-май2020-финал.pdf> (дата обращения: 15.09.2021).
2. Что такое e-commerce и как устроена онлайн-торговля. [Электронный ресурс]. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/607fe4549a7947027eaffbe6> (дата обращения: 15.09.2021).
3. Международный союз электросвязи International Telecommunication Union (ITU), 2020. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.itu.int/pub/R-REG-RR-2020> (дата обращения: 15.09.2021).
4. Онлайн-платежи глазами покупателей. [Электронный ресурс]. URL: https://datainsight.ru/sites/default/files/DI_RBKMoney_OnlinePayments2020.pdf,2020 (дата обращения: 15.09.2021).
5. Морозенкова О. В. Развитие рынка розничного онлайн-экспорта в России // Вестник РГГУ. Серия Экономика. Управление. Право. 2020. № 4. С. 73–87.
6. Федеральная таможенная служба. Таможенная статистика. [Электронный ресурс]. URL: <https://customs.gov.ru/statistic> (дата обращения: 15.09.2021).
7. Розничный экспорт товаров через интернет. [Электронный ресурс]. URL: https://datainsight.ru/sites/default/files/DI_eBay_Export2020.pdf (дата обращения: 15.09.2021).