

*Москвитина Анастасия Эдуардовна, магистр студент*

*Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Россия,*

*г. Санкт-Петербург*

## **ОСОБЕННОСТИ РЫНКА ИНТЕРНЕТ - ТОРГОВЛИ РОССИИ**

**Аннотация:** В данной статье предоставлена информация об анализе рынка интернет - торговли в России. Также в статье отражена информация об основных аспектах применения торговли через интернет, на каком этапе развития находится данный рынок в России, и какими особенностями он обладает.

**Ключевые слова:** интернет - торговля, e-commerce, интернет, пользователи.

**Abstract:** This article provides information about the analysis of the e - commerce market in Russia. The article also contains information about the main aspects of the use of Internet trading, at what stage of development is this market in Russia, and what features it has.

**Keywords:** online commerce, e-commerce, Internet, users.

Первоначально необходимо понять, что включено в понятие интернет - торговля? Во-первых, это – торговая отрасль, которая в последнее время начинает очень интенсивно развиваться, а также расти. Это стало возможно потому, что пользование интернет ресурсами распространяется по всему миру с огромной скоростью. Пользователям Интернета предоставляются практически безграничные возможности не только для поиска информации, но и для покупки и продажи товаров. Благодаря интернет - торговле, покупатели могут

не выходя из дома оценить различные свойства товара, его качества, преимущества, недостатки и т.д. [1].

Что касается рынка интернет - торговли в России, то он недостаточно развит, как в Европе или на территории США или Канады, но в последние несколько лет данный рынок начал развиваться ускоренными темпами.

Сравним данные по странам, основываясь на статистике по странам, которые являются лидерами по количеству пользователей сети Интернет [2]. Наиболее распространен данный сервис в таких странах как Китай, где количество пользователей превышает 750 млн., Индия (446 млн.), США (285 млн.), Бразилия (140 млн.) и другие. Россия занимает 5 место в мире по количеству активных пользователей интернета. Оценивая данную структуру, делаем вывод о том, что Азиатско-Тихоокеанский регион занимает лидирующие позиции по пользованию Интернетом, а число пользователей в несколько раз превосходит по количеству пользователей Интернетом в Америке. Данный фактор может объясняться тем, что страны Азии характеризуются увеличением уровня жизни, темпов роста экономики, а также происходит повсеместная автоматизация процессов производства с помощью инновационных технологий. Учитывая данные факторы, можно подчеркнуть тот факт, что интернет - торговля стала неким источником роста, а также одним из элементов, затрудняющих создание необходимых как финансовых, так и правовых противоречий при осуществлении деятельности. Таким образом, страны начали активно использовать меры по саморегуляции рынка, применяя протекционистские меры для осуществления данной задачи [3].

### **Развитие рынка интернет – торговли в России**

Несколько лет назад Россия отставала от большинства европейских стран из-за недостаточно внедрения и популяризации сети Интернет. Например, в 2010 году уровень проникновения Интернетом составлял лишь 37%, но уже с конца 2015 года присутствие и использование интернета составило 70% пользователей, которое определяется 84 миллионами человек в возрасте от 16 лет и выше. Существенная часть роста использования интернета зависит от

мобильной связи. В 2020 году число активных пользователей Интернет составляет 118 млн. пользователей или 81% населения страны [4]. Прирост активных пользователей Интернета в России за 10 лет составил около 40%.

За последние несколько лет в России осуществлены следующие стратегии в рамках развития интернет – торговли:

- Развитие интернет - торговли в регионах России;
- Внедрение электронных подписей и онлайн оплат;
- Развитие инфраструктуры произошло за счет снижения стоимости доставки;
- Доступность для большой аудитории пользователей.

## **Российский рынок интернет – торговли в период пандемии COVID-19**

Главным показателем роста рынка интернет - торговли в 2020 году стала пандемия COVID-19. Данный сегмент экономики, который ранее был недооценен, стал крайне востребован во всем мире. Особенности потребителей в период пандемии, характеризовался следующими признаками:

- Увеличение количества незапланированных покупок на рынке бытовой техники и электроники (39% от всех онлайн-покупок в период пандемии);
- Увеличение скорости доставки;
- Укрепление партнерских отношений в сегменте b2b2c.

### **Защита рынка**

Роль государства важна для любых отраслей экономики в разных стратегических направлениях. Помощь со стороны государства, прежде всего, оказывается в виде поддержки конкурентоспособности компаний на рынке, кроме того, необходимо предоставить компаниям условия для реализации деятельности и по возможности оказать помощь в привлечении аудитории.

На текущий момент государство взяло на себя ответственность и начало стимулировать деятельность интернет-компаний не только на национальном,

но и на внешнем рынках. Данная стратегия позволила российским покупателям совершать покупки в национальной валюте, пополняя российский бюджет. С другой стороны, стимулируя и поддерживая деятельность компаний на мировом рынке, выполняется фискальная функция государства, это обеспечит поступления иностранной валюты.

### **Гендерные предпочтения в онлайн-шопинге**

Существуют различия, касающиеся онлайн-покупок, совершаемые мужчинами и женщинами. Например, мужчины больше, чем женщины доверяют и пользуются интернет-магазинами, основные структуры их затрат составляют автозапчасти, мобильные телефоны, а также компьютеры. Женщины отдают предпочтение покупке одежды, косметических средств и детских товаров. Очевидный факт, что более молодое население России перешло на онлайн-покупки, это, прежде всего, зависит от их собственного темпа жизни, а также интенсивности развития городов, где они живут.

Стоит отметить, что особенностью российского рынка интернет - торговли является низкий спрос на такие товары как электронные книги, лицензионные программы и пр. Хотя по мировым тенденциям, именно эти товары возглавляют список наиболее покупаемых товаров в мире, но это объясняется тем, что в России достаточно низко развит контроль над соблюдением авторских прав, поэтому книги, музыка на рынке России находится в свободном доступе.

По данным InSales российский рынок интернет - торговли характеризуется следующими наиболее популярными товарами:

- «Электроника и бытовая техника» (24%)
- «Одежда и обувь» (15%)
- «Компьютеры и аксессуары для компьютерной техники» (11%)
- «Запчасти для автомобилей» (6%)
- «Мобильные телефоны» (5%)

### **Российские платежные системы**

Российские пользователи для осуществления покупок в основном используют оплату банковской картой (Visa, Master Card, в последнее время также активно используется платежная система «Мир»), с помощью денежных средств в электронных кошельках (Яндекс.Деньги, QIWI-кошелек, WebMoney и PayPal), с помощью телекоммуникационных сетей (Билайн, Мегафон, МТС).

### **Библиографический список:**

1. РБК [Электронный ресурс]: Рынок e-commerce в России: тренды и новые решения - Режим доступа: <https://plus.rbc.ru/partners/5fd0cfff7a8aa90fc83656b1>.
2. Emarketer [Электронный ресурс]: Global e-commerce update - Режим доступа: <https://www.emarketer.com/>.
3. Трофимов В.В. Система формирования исследовательских компетенций и технологических заделов в научной и образовательной деятельности, 2018.
4. Internet World Stats: Usage and Population Statistics [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>.