

РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В РОССИИ

Сальникова Е.Ю., студентка 4 курса института международных
отношений Казанского (Приволжского) федерального
университета

Научный руководитель – Провалова Е.В.,
кандидат сельскохозяйственных наук, доцент
ФГБОУ ВО Ульяновский ГАУ

Ключевые слова: Цифровая торговля, экономика, интернет-торговля, маркетинг, безналичный расчет

В работе рассмотрен путь развития электронной торговли в России, определены плюсы и минусы онлайн-коммерции, собрана и проанализирована информация о доле совершаемых покупок россиянами в Интернете.

Введение. В настоящее время процессу цифровизации придается важное значение. Регулярно пользуются интернетом более 80% населения нашей страны [1]. В следствие, формируется новое видение на решение проблем в экономике, а также открытие новых возможностей в онлайн-бизнесе.

Цель работы. Провести анализ современного рынка онлайн-торговли в России.

Со второй половины 1990-х годов началось развитие Интернета, что повлекло за собой создание нового термина «Цифровая экономика – это экономическая деятельность, основанная на цифровых технологиях, связанная с электронным бизнесом и электронной коммерцией, и производимых и сбываемых ими цифровыми товарами и услугами» [2].

Из этого определения вытекает новое понятие «Электронная коммерция (e-commerce) – это сфера экономики, которая включает в себя все финансовые и торговые транзакции, осуществляемые при помощи компьютерных сетей, и бизнес-процессы, связанные с проведением таких транзакции [3].

При такой торговле скорость обработки заказов увеличивается, а отпускная цена товара уменьшается, за счет того, что между продавцом и покупателем нет посредников.

Результаты исследования. Состояние рынка электронной торговли в России за период с 2018 по 2023 годы за последние 6 лет оборот внутренней торговли увеличился на 27%. Проведя анализ товарной структуры по локальному и трансграничному рынкам, самыми популярными товарами за 2023 год стали: цифровая и бытовая техника (18,45%), на втором месте – мебель и товары для дома (16,27%), а третье место разделяют одежда и обувь (15,21%) [4].

Можно сказать, что несмотря на рост цен, вызванных ограничением поставок и повышением затрат на логистику, техника остается приоритетной категорией.

COVID-19 также внес свои коррективы, из-за закрытия границ предприниматели понесли большие убытки. Основываясь на данных в работе С.А. Архиповой, наиболее пострадали отрасли общественного питания и туризма. Однако, рост интернет-торговли увеличился: стало больше онлайн-площадок, начали развиваться новые потребительские привычки [5].

Все чаще граждане совершают покупки в онлайн-формате, особенно это популярно среди молодежи. А.С. Колесникова провела опрос, в котором принимали участие студенты Ульяновского ГАУ, по результатам которого видно, что 79% хоть раз, но заказывали товары через Интернет, так как это удобно, есть возможность оформить доставку в любое время, можно читать отзывы других пользователей, а также в онлайн магазинах есть продукция, которую трудно найти на традиционных рынках [6].

Помимо плюсов онлайн-коммерции, стоит отметить и минусы, как кибератака, то есть намеренная попытка завладеть нужной информацией пользователя в сети. По данным CSIS, с 2018 г. в мире показатель убытков от киберпреступлений вырос более чем на 50% [7].

Это значит, что существует большая угроза не только предприятиям, но и всей цифровой экономике, которую необходимо предотвращать различными методами.

Выводы. Исходя из вышеизложенного можно сделать вывод, что онлайн-торговля, позволившая бизнесу выйти на новый уровень,

возрастет, рынок будет расширяться и адаптироваться под новые технологии. По данным Data Insight основными факторы роста станут растущее количество онлайн-покупателей и повышенный спрос на товары первой необходимости в интернете [8].

Библиографический список:

1. Нейф, Н. М. Цифровая трансформация региональной экономики и государственного управления / Н. М. Нейф, М. Л. Яшина, Т. В. Трескова // Экономика сельского хозяйства России. – 2021. – № 10. – С. 2-9.
2. Корнеева Д. А. Цифровая экономика: преимущества и риски / Д.А. Корнеева, Н. Э. Бунина // В мире научных открытий: Материалы IV Международной студенческой научной конференции, Ульяновск, 20–21 мая 2020 года. Том III Часть 2. – Ульяновск: Ульяновский государственный аграрный университет им. П.А. Столыпина, 2020. – С. 53-55.
3. Мартынюк, А. В. Электронная коммерция: основные понятия, классификация и сущность // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. - 2013. - №4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru>
4. Рынок интернет-торговли в России. Итоги 2023 года // Ассоциация компаний интернет-торговли [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://admin.akit.ru>
5. Архипова, С. А. Налоговые меры поддержки малого и среднего бизнеса в России в условиях пандемии COVID-19 / С. А. Архипова // В мире научных открытий: Материалы V Международной студенческой научной конференции, Ульяновск, 20–21 мая 2021 года. Том III. Часть 1. – Ульяновск: Ульяновский государственный аграрный университет им. П.А. Столыпина, 2021. – С. 27-30.
6. Колесникова, А. С. Отношение студентов Ульяновского ГАУ к онлайн-покупкам / А. С. Колесникова, В. С. Жарова // В мире научных открытий: Материалы IV Международной студенческой научной конференции, Ульяновск, 20–21 мая 2020 года. Том III Часть 2. – Ульяновск: Ульяновский государственный аграрный университет им. П.А. Столыпина, 2020. – С. 50-52.

7. Пономарева, П. С. Кибератаки и методы их избежания / П. С. Пономарева // В мире научных открытий: Материалы VI Международной студенческой научной конференции, Ульяновск, 24–25 мая 2022 года. – Ульяновск: Ульяновский государственный аграрный университет им. П.А. Столыпина, 2022. – С. 5113 - 5115.

8. Что и как покупают в интернете жители России: аналитика и статистика за 2020 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cms-rating.ru>

DEVELOPMENT OF E-COMMERCE IN RUSSIA

Salnikova E.Y.

Scientific supervisor – Provalova E.V.

Ulyanovsk SAU

Keywords: *digital commerce, economics, online commerce, marketing, cashless payments*

The study considers the path of e-commerce development in Russia, identifies the pros and cons of online commerce, collects and analyzes information on the proportion of purchases made by Russians on the Internet.