ISSN 2304-120X
Концепт
научно-методический электронный журнал

Сайбель Н. Ю., Сайбель Я. В. Развитие интернет-торговли в России: преимущества и недостатки // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – № 10 (октябрь). – 0,4 п. л. – URL: http://e-koncept.ru/2016/16218.htm.

ART 16218 **УДК 339.138**

Сайбель Наталья Юрьевна,
кандидат экономических наук, доцент кафедры теоретической экономики ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет», г. Краснодар
Saybel-Natali@yandex.ru

Сайбель Яна Владимировна,
преподаватель кафедры теоретической экономики ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет», г. Краснодар
YanaSaybel@mail.ru

Развитие интернет-торговли в России: преимущества и недостатки

Аннотация. *В статье рассмотрены особенности развития интернет-торговли в России, раскрыты преимущества и недостатки интернет-торговли, проанализировано состояние интернет-торговли на современном этапе, выявлены причины, препятствующие развитию интернет-торговли в России, определены основные направления развития интернет-торговли.*
Ключевые слова: *интернет-торговля, инфраструктура, Интернет, интернет-ритейлеры, интернет-покупатели.*
Раздел: *(04) экономика.*

Перспективы развития интернет-торговли в России огромны. Прежде всего, это объясняется громадной территорией страны, наличием множества мелких и отдаленных населенных пунктов, большой аудиторией Интернета. Однако в России процесс развития интернет-торговли проходит со значительным отставанием от развитых стран. Ее доля в обороте розничной торговли не превышает 4%, что существенно меньше, чем в развитых странах [1]. Но, несмотря на трудности и проблемы, все большее число компаний осознает преимущества и новые возможности ведения бизнеса в сети Интернет, так же как и потребители все чаще и чаще совершают покупки онлайн.

Рассмотрим основные преимущества развития интернет-торговли.

Так, предпринимательская деятельность в Интернете позволяет фирмам снижать уровень складских запасов и операционные издержки, упрощает поиск новых контрагентов, позволяет выйти на межрегиональные и международные рынки. Являясь перспективным направлением развития отечественной экономики, интернет-торговля повышает степень интеграции России в мировые информационные и экономические процессы.

Преимущества интернет-торговли приводят к снижению цен на реализуемые товары и услуги, что в конечном счете ведет к дальнейшему увеличению ее объемов. Использование современных высокоскоростных систем передачи данных позволяет совершать коммерческие сделки на принципиально другом уровне. К примеру, существенно упрощается процесс обмена документами: вместо печатных прайс-листов, заказов на покупку, накладных контрагенту направляются электронные стандартизированные сообщения. Подобное происходит и в сфере перевода денежных средств: появляется возможность создания эффективного механизма взаимодействия между финансовыми учреждениями и контрагентами.

Развитие интернет-торговли увеличивает возможности малых и средних предприятий в части конкуренции с крупным бизнесом, позволяет завоевать более широкий рынок потребителей.

Глобальный экономический кризис 2008–2009 гг. подстегнул развитие малого бизнеса в Интернете. Увеличилось число бизнесменов-одиночек, а также небольших бизнес-проектов, в которых участвуют 2–3 человека. Рост в данном сегменте, несмотря на общее снижение деловой активности, можно объяснить тем, что в условиях снижения деловой активности и сокращения штата часть молодых специалистов решили заняться собственным малым бизнесом. Кроме того, начало коммерческой деятельности в Интернете требует гораздо меньше средств в сравнении с традиционным бизнесом. Данное преимущество делает электронную торговлю привлекательной и для крупного, состоявшегося бизнеса, и для мелкого бизнеса, который на начальных стадиях развития не может позволить тратить средства на аренду, дополнительный персонал и пр.

В период глобального экономического кризиса 2008–2009 гг. многие крупные компании были вынуждены сокращать издержки, урезать бюджет, увольнять сотрудников. Размещение дорогостоящей наружной рекламы и рекламных роликов в медиапространстве стало многим компаниям не по карману, что привело к росту роли Интернета по причине огромного потенциала сети с точки зрения возможностей по продвижению товаров и услуг.

Как известно, в настоящее время в государственном секторе России создана инфраструктура для проведения электронных торгов. Однако наряду с шагами, способствующими развитию интернет-торговли, в последние годы участились случаи принятия решений, его ограничивающих. В частности, в 2014 г. ужесточились требования Федеральной таможенной службы России в отношении посылок зарубежных интернет-ритейлеров, что привело к отказу крупнейших логистических операторов DHL и edEx доставлять их продукцию в Россию [2].

Однако не только очевидными преимуществами, присущими интернет-торговле, объясняется ее рост и развитие даже в период экономического кризиса. Нужно понимать, что сеть Интернет все больше и больше проникает в повседневную жизнь граждан, доступ к сети на высоких скоростях становится более доступным не только в крупных городах, но и в российской глубинке. Таким образом, доля населения, имеющего доступ к Интернету, возрастает, что приводит к росту объема интернет-торговли.

Очень часто потребители сталкиваются с немаловажной особенностью, которая присуща онлайн-бизнесу: в сравнении с традиционными магазинами интернет-магазины продают товары и услуги по более низким ценам.

Неоспоримым преимуществом интернет-торговли является также и то, что преодолеваются традиционные барьеры, которые заключаются в территориальной удаленности и недостатке информации относительно возможностей рынка. Процесс сбора и анализа информации существенно упрощается, компаниям уже не требуется поддерживать излишний персонал, появляется возможность снизить капиталовложения в развитие специалистов.

Использование интернет-торговли позволяет оптимизировать затраты на логистику, так как дает она возможность приближения места хранения и места производства товара. Кроме того, интернет-торговля позволяет снизить затраты на персонал, так как многие элементы бизнес-процессов могут быть реализованы специалистами удаленно (к примеру, разработка программного обеспечения или создание сайта могут быть осуществлены программистами, находящимися в другой стране). Данное преимущество имеет особую актуальность, так как заработная плата одного и того же IT-специалиста в разных регионах страны отличается в разы. Удаленная работа по сети удобна и нанимателю, и работнику: работодатель существенно экономит на

фонде заработной платы, а у исполнителя появляется доступ к большому числу проектов, так как пространственные границы стираются, что увеличивает возможность выбора и, соответственно, позволяет увеличить заработок.

Особо следует отметить возможности интернет-торговли для малых инновационных предприятий. Во-первых, сеть Интернет позволяет стартапам более широко заявить о себе и увеличивает вероятность найти инвестора. Во-вторых, как уже было сказано выше, интернет-торговля позволяет снизить ряд издержек, что особо актуально для небольших молодых компаний.

По сравнению с крупными компаниями, малые инновационные предприятия, эффективно использующие возможности Интернета и интернет-торговли, демонстрирующие склонность к инновациям, более оперативно реагируют на изменения рынка, а также используют в своей деятельности новые модели бизнеса. Все это позволяет оперативно создавать и использовать конкурентные преимущества.

Известно, что именно на долю малого бизнеса приходится большая часть инновационных идей, так как малые предприятия более мобильны и восприимчивы к новшествам. Потребляя от 2 до 5% общего объема финансирования в научно-технической сфере, малые инновационные предприятия создают до 50% крупных нововведений и являются лицензиарами почти 50% инноваций на мировом рынке. Около 60% электронных сделок совершается именно малыми и средними предприятиями [3].

Для малых инновационных предприятий одним из наиболее важных преимуществ интернет-торговли является то, что в сети существуют широкие возможности для позиционирования инновационного продукта. Расширяются границы используемых маркетинговых технологий, появляются новые возможности ценообразования и анализа предпочтения потребителей, существенно упрощается выход на новые рынки и завоевание потенциальной аудитории. У компаний возникает возможность избежать затрат, которые связаны с анализом рынка, потребительских предпочтений, действий конкурентов и пр. Становится проще отслеживать в реальном времени изменения цен, взаимодействовать с деловыми партнерами, находить потребителей вне традиционных сетей продаж. Предприятия могут расширить объем и спектр оказываемых услуг, а также сделать доступной в реальном времени информацию о товарах, их наличии, а также условиях и сроках поставки. Таким образом, фирма становится более клиентоориентированной и имеет существенные возможности улучшить качество оказания услуг, в том числе за счет индивидуальных консультаций и ускорения обслуживания.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что развитие интернет-торговли положительно влияет на экономическую сферу жизни общества: компании получают конкурентные преимущества, уровень удовлетворенности потребителей растет, увеличивается налогооблагаемая база, что ведет к росту доходов государства. Интернет-торговля имеет множество преимуществ: широкий ассортимент, круглосуточный режим работы, огромная потенциальная аудитория, экономия времени и комфортность покупки, совершаемой не выходя из дома, отсутствие потребности в дорогостоящих торговых площадях, ограниченный штат работников, экономия издержек обращения, что дает возможность поддерживать конкурентные цены [4].

Однако наряду с достоинствами всегда существуют недостатки. Интернет-торговля может оказывать негативное воздействие и на производителей, и на потребителей, и на государство.

К обстоятельствам, которыми ограничено расширение сферы применения интернет-торговли, можно отнести:

1) отсутствие нормативно-правовых актов, регулирующих данную сферу. Принятые на данный момент институциональные нормы не определяют правила поведения участников интернет-торговли и механизм осуществления электронного документооборота;

2) неравномерную развитость инфраструктуры, необходимой для совершения сделок в электронной форме [5]. Очевидно, что существуют значительные различия как между странами в плане доступа к Интернету, так и между регионами внутри стран. В Российской Федерации основной объем электронных сделок происходит в Москве и Санкт-Петербурге;

3) проблему идентификации участников интернет-торговли и подлинности электронных документов. С помощью электронных средств подлинность и идентификация устанавливаются лишь с определенной степенью надежности. Однако данная проблема становится менее актуальной в связи с развитием электронно-цифровой подписи.

Заключение и исполнение сделок через сеть Интернет имеет свою специфику, как с технической точки зрения, так и с правовой. Существует определенное недоверие между контрагентами, так как между сторонами не возникает физического контакта.

В настоящий момент законодательная база, регулирующая данную сферу, далеко не совершенна. Положительный момент, связанный с тем, что развитие интернет-торговли приводит к росту налогооблагаемой базы, имеет и обратную сторону. Компании – субъекты интернет-торговли имеют возможность уклонения от уплаты налогов в бюджет государства, так как отследить контрольно-надзорным органам деятельность каждого интернет-магазина невозможно.

К недостаткам интернет-торговли можно отнести то, что Интернет является привлекательной средой для мошенничества. Возникает необходимость обеспечения достаточного уровня безопасности при совершении сделок в электронной форме, а конкурентоспособность коммерческих предприятий, не имеющих представительства в электронном пространстве, снижается.

Приобретение товаров через Интернет может быть осложнено некачественным обслуживанием, которое может выражаться в срыве сроков доставки, грубости курьера и других неприятных моментах; невозможностью оценить качество товара и вероятностью получить продукцию, не подходящую по цвету, размеру, консистенции.

Еще одним ограничением интернет-торговли является то, что она не подходит для торговли скоропортящимися товарами, такими как продукты питания. Такие товары люди предпочитают покупать обычным способом, минуя интернет-торговлю. Следовательно, интернет-торговля не подходит для подобных секторов экономики.

Таким образом, можно сделать вывод, что преимуществ у интернет-торговли больше, чем недостатков. Следовательно, существуют объективные возможности для того, чтобы интернет-торговля в России продолжила свое стремительное развитие. Поведение потребителей и поставщиков вполне этому способствует.

Следует отметить, что рынок интернет-торговли России является одним из самых быстро растущих рынков в мире. По данным Ассоциации компаний интернет-торговли, объем интернет-продаж в целом в России в 2015 г. составил 760 млрд руб. Но это самый медленный рост за последние пять лет: еще в 2014 г. рост с поправкой на инфляцию составлял около 8% [6].

В настоящее время самый явный тренд в интернет-торговле − рост трансграничной торговли. Ее темпы роста в два раза опережают внутрироссийский оборот интернет-торговли. Так, объем трансграничной торговли за 2015 г. вырос до 219,2 млрд руб., при этом количество посылок, доставленных из иностранных интернет-магазинов, увеличилось почти вдвое – 135 млн штук (по сравнению с 77 млн штук в 2014 г.). Это привело к изменению структуры рынка интернет-торговли в России. Данная ситуация сложилась из-за пробелов в российском законодательстве, согласно которому иностранные интернет-магазины, не обязанные соблюдать законы РФ, имеют значительные конкурентные преимущества перед отечественным онлайн-ритейлом.

Россияне предпочитают зарубежные интернет-магазины по следующим соображениям: найти более дешевый товар; купить настоящие фирменные вещи; высокое качество товаров; получить доступ к самому широкому ассортименту товаров, которых не найти в России.

Росту трансграничной торговли способствует развитие сервисов и новых технологий продаж, снижение стоимости доставки, бесплатный обмен товаров, возврат денег. По результатам исследования основными драйверами роста покупок за рубежом оказались бесплатная доставка и безопасный способ оплаты, причем для россиян эти факторы оказались более важными.

Вместе с тем закупки за рубежом неизбежно связаны с риском. В качестве ключевых факторов, препятствующих росту покупок в зарубежных интернет-магазинах, следует выделить стоимость доставки и неуверенность в безопасности закупок. Среди основных опасений – страх получить «кота в мешке», не получить заказанный товар и высокая стоимость доставки. Сохраняются пока и языковые барьеры, россияне не чувствуют себя комфортно, совершая покупки на веб-сайтах не на своем родном языке.

Основные направления развития услуг в онлайн-торговле − введение дополнительных гарантий, развитие программы защиты покупателей на более длительные сроки и предложение бесплатного возврата товара. Такие меры способствуют также росту оборотов торговли российских игроков за рубежом, особенно в сфере цифровых товаров.

К основным результатам развития интернет-торговли в России в 2015 г. можно отнести увеличение количества онлайн-покупателей, снижение заказов в российских интернет-магазинах, рост конверсии в большинстве сегментов, отставание среднего чека от роста курса валют, рост рублевого объема рынка интернет-торговли, вызванный инфляционным ростом среднего чека.

Среди перспектив развития интернет-торговли в России можно выделить ужесточение законов в отношении трансграничной торговли, стремительный рост мобильного шопинга, постепенное падение спроса на электронику, уменьшение люксового сегмента при повышении спроса на одежду и аксессуары, спорттовары, подарки, бакалея становятся наиболее перспективными сегментами.

Следует отметить, что в настоящее время разработан проект развития интернет-торговли в России. Так, порог беспошлинной торговли в Сети может быть снижен до 22 евро по аналогии с Европой. Это позволит увеличить сборы в бюджет на 60 млрд руб. в год. При этом нужно помнить, что изменения могут привести к тому, что посылки в Россию пойдут через другие страны ЕврАзЭС, где порог беспошлинной торговли менять пока не собираются, например через Казахстан и Армению. Отечественный бюджет, таким образом, не получит прибыль, да и само путешествие посылки станет длиннее.

Среди других идей − обязательная регистрация посылок из зарубежных интернет-магазинов весом менее двух килограммов. Но для этого придется получить разрешение Международного почтового союза. Так поступила, например, Германия: сейчас практически все посылки, которые приходят в страну, проходят тщательную регистрацию, что делает их стоимость прозрачной для таможни. Кроме того, заказчики товаров точно знают, где находится их покупка.

Еще одно предложение − введение налога на добавленную стоимость (НДС) для всех интернет-магазинов, которые поставляют посылки в Россию. Сейчас ряд крупных магазинов платят налоги по месту регистрации в других странах, но товары продают в России, и НДС надо брать именно здесь. В этом случае также заметно вырастут доходы бюджета, ведь общая сумма, которую россияне тратят на покупки за рубежом в Сети, уже приближается к 800 млрд руб. в год.

На наш взгляд, дальнейшее развитие интернет-торговли в России должно произойти за счет улучшения условий обслуживания и информационной поддержки покупателей, сокращения времени доставки товара, увеличения продажи электронных товаров, выпуска мобильных версий.

Ссылки на источники

1. Рынок e-commerce: итоги 2015. – URL: http://www.akit..ru/wp-content/2016/Акит-Итоги-2015-v11.
2. Электронная торговля в России: итоги 2015 год. − URL: http://www. datainsight.ru.
3. Тренды и цифры: российский ecommerce в середине 2016 года. − URL: http://www.datainsight.ru.
4. Валигурский С. Д. Организационно-экономические основы формирования и развития интернет-торговли: автореф. … канд. экон. наук. − М., 2012. − 24 с.
5. Семейкина М. С., Бочкова Е. В. Интернет-торговля в России: современное состояние и основные проблемы // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – № S9. – С. 19–24. – URL: http://ekoncept.ru/2016/ 76113.htm.
6. Сайбель Н. Ю., Сайбель Я. В. Электронная коммерция в системе современного бизнеса // Актуальные проблемы экономической теории и практики: сборник научных трудов / под ред. В.А. Сидорова. Вып. 20. − Краснодар: Кубанский государственный университет, 2016. – С. 78–87.

Natalia Saybel,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor at the chair of Theoretical Economics, Kuban State University, Krasnodar
Saybel-Natali@yandex.ru
Yana Saybel,
Lecturer at the chair of Theoretical Economics, Kuban State University, Krasnodar
YanaSaybel@mail.ru

E-commerce development in Russia: advantages and disadvantages

Abstract. The paper describes the peculiarities of e-commerce development in Russia, reveals the advantages and disadvantages of e-commerce, analyzes e-commerce at the present stage, identifies the causes hindering the development of e-commerce in Russia and defines the main directions of e-commerce development.

Key words: e-commerce, infrastructure, Internet, online retailers, online shoppers.

References

1. *Rynok e-commerce: itogi 2015.* Available at: http://www.akit..ru/wp-content/2016/Akit-Itogi-2015-v11.
2. *Jelektronnaja torgovlja v Rossii: itogi 2015 god.* Available at: http://www. datainsight.ru (in Russian).
3. *Trendy i cifry: rossijskij ecommerce v seredine 2016 goda.* Available at: http://www.datainsight.ru (in Russian).
4. Valigurskij, S. D. (2012). *Organizacionno-jekonomicheskie osnovy formirovanija i razvitija internet-torgovli: avtoref. … kand. jekon. nauk*, Moscow, 24 p. (in Russian).
5. Semejkina, M. S. & Bochkova, E. V. (2016). “Internet-torgovlja v Rossii: sovremennoe sostojanie i osnovnye problemy”, *Nauchno-metodicheskij jelektronnyj zhurnal “Koncept”,* № S9, pp. 19–24. Available at: http://ekoncept.ru/2016/ 76113.htm (in Russian).
6. Sajbel', N. Ju. & Sajbel', Ja. V. (2016). “Jelektronnaja kommercija v sisteme sovremennogo biznesa”, in Sidorov, V. A. (ed.) *Aktual'nye problemy jekonomicheskoj teorii i praktiki: sbornik nauchnyh trudov*, vyp. 20, Kubanskij gosudarstvennyj universitet, Krasnodar, pp. 78–87 (in Russian).

Рекомендовано к публикации:
Горевым П. М., кандидатом педагогических наук,
главным редактором журнала «Концепт»

Поступила в редакцию *Received*	15.08.16	Получена положительная рецензия *Received a positive review*	16.08.16
Принята к публикации *Accepted for publication*	16.08.16	Опубликована *Published*	31.10.16

ISSN 2304-120X
www.e-koncept.ru

© Концепт, научно-методический электронный журнал, 2016
© Сайбель Н. Ю., Сайбель Я. В., 2016