

Электронная торговля в России

Еще 20 лет назад мало кто представлял, что возможно совершать покупки, не выходя из дома. Однако благодаря развитию сетевых технологий в нашу жизнь вошли совершенно новые практики, в частности электронная торговля.

Электронная торговля — это размещение заказов (обязательств приобрести товары или услуги) в глобальных информационных сетях, причем платежи и доставка необязательно должны осуществляться по информационным сетям. Для электронной торговли могут быть использованы веб-сайты либо системы автоматического обмена данными между организациями, органами государственной власти и местного самоуправления, населением. Обмен обычными сообщениями электронной почты, а также заказы, полученные по телефону либо факсу, в статистической оценке электронной торговли не учитываются [Гохберг (ред.), 2012].

Технологии электронной торговли востребованы как населением, так и в организациях.

Онлайн-покупки населением

В период 2014—2016 гг. доля пользователей электронной торговли среди населения России в возрасте 15—72 лет выросла на 5 процентных пунктов и достигла 23%. Среди пользователей интернета — 30% заказывают товары и услуги (рис. 1).

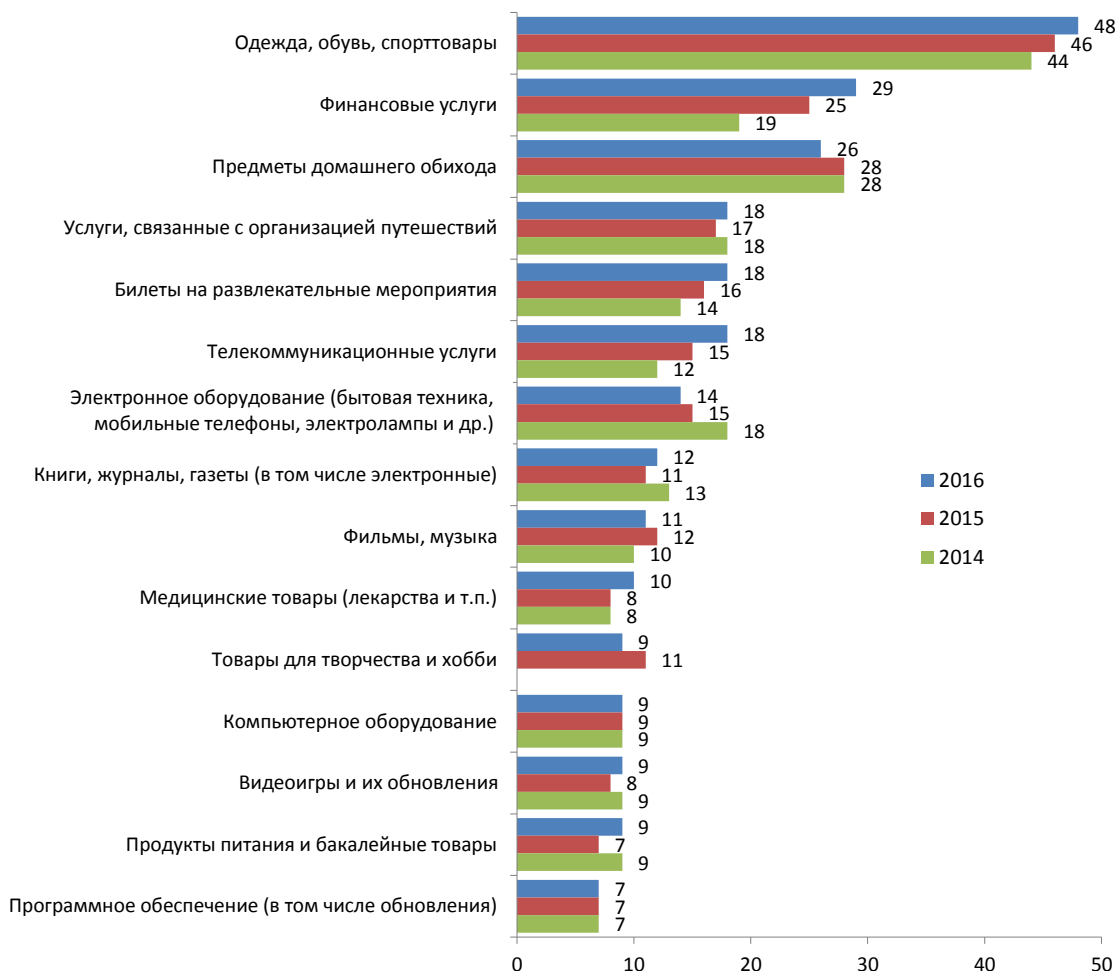
Рис. 1. Использование интернета населением для заказов товаров, услуг
(за последние 12 месяцев)



Особенно активно через интернет приобретают товары, относящиеся к категориям «Одежда, обувь, спорттовары» (востребованы у 48% онлайн-покупателей), «Предметы домашнего обихода» (26%), «Электронное оборудование» (14%). Наименьшую популярность получила покупка через сеть важных товаров для жизнеобеспечения: продуктов питания (9%) и медицинских товаров (10%).

В сфере услуг лидируют финансовые: доля их пользователей увеличилась с 2014 г. на 10 процентных пунктов (максимальный рост среди категорий товаров и услуг, приобретаемых через интернет) — до 29%. Кроме того, россияне активно используют интернет для организации путешествий, покупки билетов на развлекательные мероприятия, а также оплаты телекоммуникационных услуг (по 18%). (рис. 2).

Рис. 2. Использование интернета населением для заказов товаров, услуг по видам
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15—72 лет, приобретавшего товары и услуги через интернет за последние 12 месяцев)

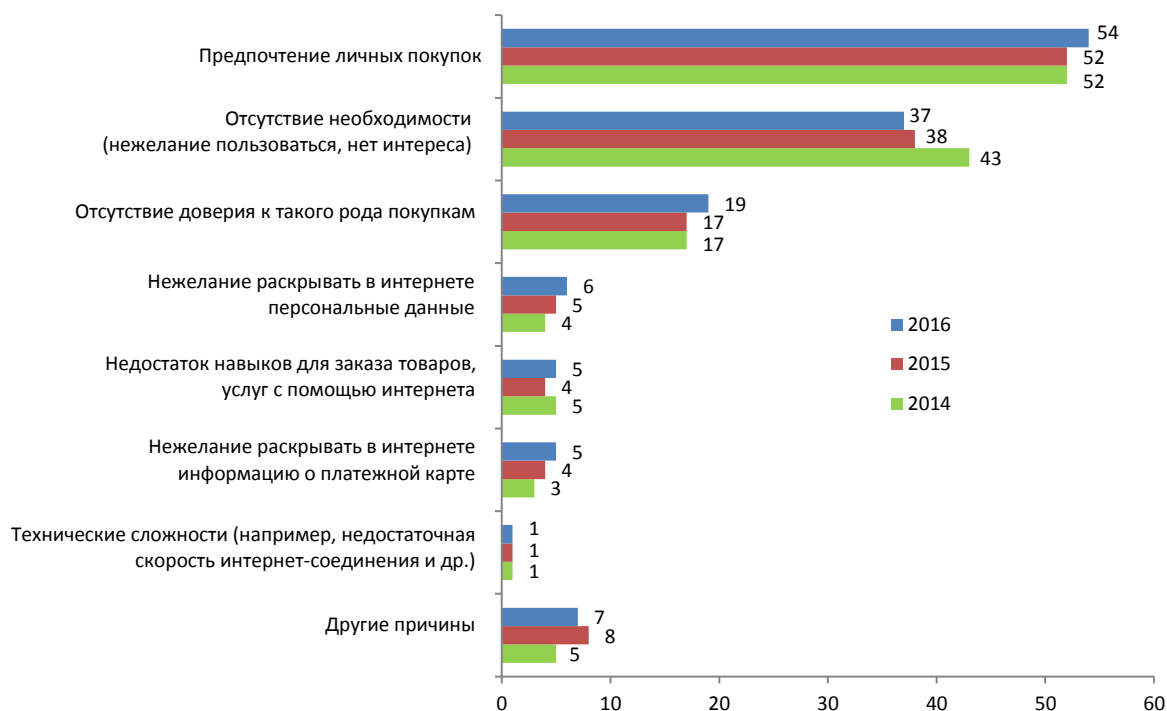


Что касается **способов оплаты онлайн-покупок**, набирает популярность безналичный расчет — за последние три года доля населения, оплатившего интернет-заказы с помощью банковской карты, выросла в 1.5 раза (с 47 до 68% от численности пользователей электронной торговли). Немногим более трети (37% респондентов), совершивших онлайн-покупки, отдадут предпочтение наличному расчету.

Наиболее значимым фактором, сдерживающим распространение электронных покупок среди населения, оказалось предпочтение личных покупок: на него указали более половины (54%) населения, которые заказывали только офлайн (без применения сетевых технологий). Не испытывают потребности использовать новый способ торговли либо интереса к нему 37% потенциальных покупателей, а у 19% полностью отсутствует доверие к подобного рода операциям (рис. 3).

Рис. 3. Факторы, сдерживающие распространение электронных покупок среди населения

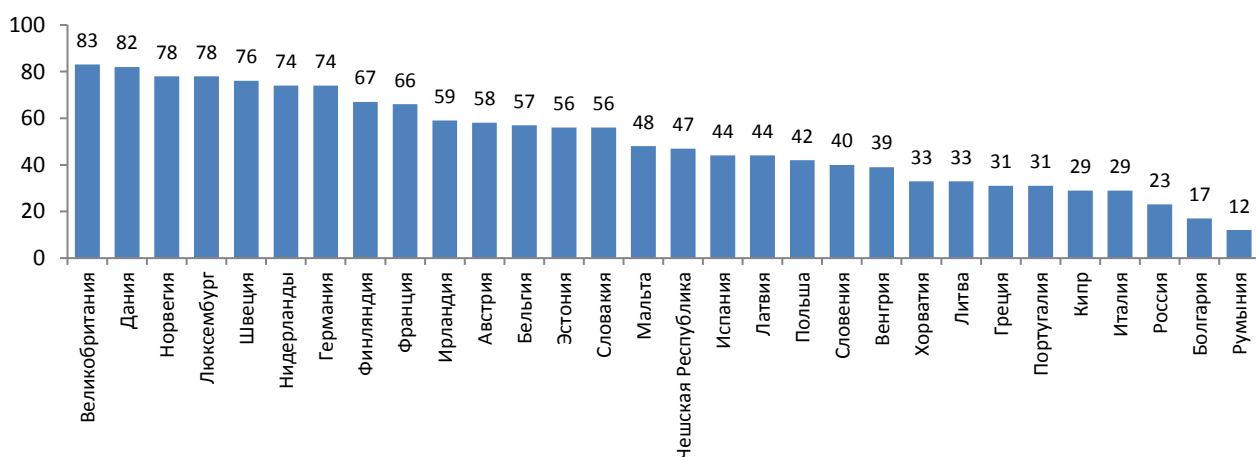
(в процентах от общей численности населения в возрасте 15—72 лет, не использовавшего интернет для заказов товаров, услуг)



В России востребованность онлайн-покупок среди населения в два с лишним раза ниже, чем в странах Европейского союза (23 и 55% соответственно), а разрыв с лидерами — Великобританией и Данией — более трех раз (рис. 4). Низкие значения рассматриваемого показателя наблюдаются в Болгарии (17%) и Румынии (12%).

Рис. 4. Использование интернета населением для заказов товаров, услуг по странам: 2016

(в процентах от общей численности населения в возрасте 16—74 лет*)



* По России — в возрасте 15—72 лет.

Опыт зарубежных стран позволяет надеяться на то, что по мере повышения у населения доверия к интернет-торговле она станет полноправной формой коммерции.

Онлайн-взаимодействие организаций с продавцами и покупателями

Организации предпринимательского сектора активно используют интернет во взаимодействии с продавцами и покупателями, в частности для получения информации о товарах, работах, услугах (более 60%) и их оплаты (41%). В 2015 г. 12% организаций сектора осуществляли электронные продажи, 17% — электронные закупки через веб-сайт, экстранет, EDI-системы. **Наиболее активно участвуют в электронной торговле организации таких видов экономической деятельности, как связь; оптовая и розничная торговля; обрабатывающие производства; производство и распределение электроэнергии, газа и воды; гостиницы и рестораны (рис. 5).**

Рис. 5. Использование веб-сайта, экстранета, EDI-систем для осуществления электронных закупок, продаж организациями предпринимательского сектора по видам экономической деятельности: 2015

(в процентах от общего числа организаций предпринимательского сектора)



Российские показатели использования электронной торговли в рассматриваемом секторе на 5—7 процентных пунктов ниже средних значений по странам ЕС, где 17% организаций практикуют онлайн-продажи, 24% — онлайн-закупки.

Рис. 6. Организации, использующие интернет для продажи/закупки товаров (работ, услуг), по странам: 2015
(в процентах от общего числа организаций предпринимательского сектора)



Приведенные данные демонстрируют, что возможности онлайн-торговли используются российскими организациями предпринимательского сектора не так активно, как в странах ЕС. Дальнейшему развитию этой практики в России будет способствовать создание соответствующей правовой базы и разработка экономических стимулов.



Источники:

Гохберг Л.М. (ред.) (2012) Экономика знаний в терминах статистики: наука, технологии, инновации, образование, информационное общество: словарь. М.: Экономика.

Данные федеральных статистических наблюдений по формам № 1-ИТ «Анкета выборочного обследования населения по вопросам использования информационных технологий и информационно-телекоммуникационных сетей», № 3-информ «Сведения об использовании информационных и коммуникационных технологий и производстве вычислительной техники, программного обеспечения и оказании услуг в этих сферах».

База данных Евростата.

Расчеты выполнены ИСИЭЗ НИУ ВШЭ в рамках проекта «Разработка теоретических и методических подходов к исследованию активности субъектов инновационного процесса» Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ.

■ Материал подготовили Г. И. Абдрахманова, М. А. Кевеш

Данный материал НИУ ВШЭ может быть воспроизведен (скопирован) или распространен в полном объеме только при получении предварительного согласия со стороны НИУ ВШЭ (обращаться issek@hse.ru).

Допускается использование частей (фрагментов) материала при указании источника и активной ссылки на интернет-сайт ИСИЭЗ НИУ ВШЭ (issek.hse.ru), а также на авторов материала. Использование материала за пределами допустимых способов и/или указанных условий приведет к нарушению авторских прав.