

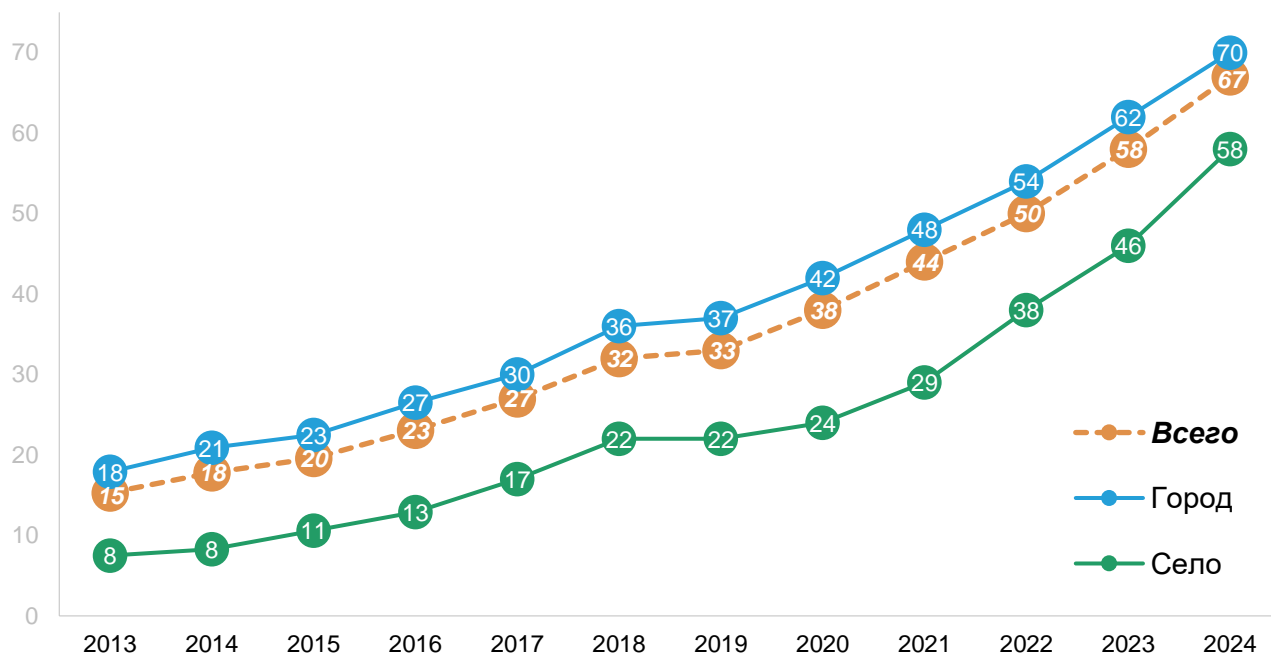
## Онлайн-шопинг в городах и селах

Институт статистических исследований и экономики знаний (ИСИЭЗ) НИУ ВШЭ на основе новых данных Росстата изучил масштабы онлайн-шопинга в целом по стране, а также выяснил, какие существуют различия в данных практиках в городской и сельской местности.

В России набирает популярность заказ товаров и услуг онлайн – в 2024 г. 67% россиян в возрасте 15 лет и старше совершали покупки в интернете (рис. 1). В городах этот показатель выше, чем в сельской местности<sup>1</sup> (70% против 58%), хотя с 2021 г. разрыв заметно сократился. Максимальная доля онлайн-покупателей среди сельского населения в Ханты-Мансийском и Ямало-Ненецком автономных округах (по 84%), Республике Калмыкия (81%) и Московской области (75%). Ниже всего – в республиках Северная Осетия – Алания (41%), Марий Эл, Ингушетия (по 40%) и Приморском крае (36%). Такая дифференциация может быть обусловлена как различиями в уровне развития инфраструктуры онлайн-торговли, так и сложившимися в регионах паттернами потребления.

**Рис. 1. Использование интернета для заказа товаров и услуг**

(в % от общей численности населения в возрасте 15 лет и старше\*)



\* До 2016 г. включительно – в возрасте 15–72 лет.

Распространение интернет-покупок как в городской, так и в сельской местности связано с развитием инфраструктуры. Крупнейшие российские маркетплейсы Wildberries, OZON и «Яндекс Маркет» имеют пункты выдачи заказов (ПВЗ) не только в крупных городах, но помогают предпринимателям их открывать и в небольших населенных пунктах по упрощенной системе. Именно из пунктов продажи, ПВЗ или постаматов жители сел (впрочем, как и городов) забирают свои заказы чаще всего (87% и 86% онлайн-покупателей<sup>2</sup> соответственно). Курьерская доставка в сельской местности значительно менее популярна: в 2024 г. таким образом получали заказы 36% онлайн-покупателей (против 57% в городах).

<sup>1</sup> Здесь и далее в составе этой группы учитываются жители различных сельских населенных пунктов: сел, деревень, поселков, станиц, хуторов, сельских поселений, пр.

<sup>2</sup> Здесь и далее – население, за последний год приобретавшее какие-либо товары и/или услуги онлайн.

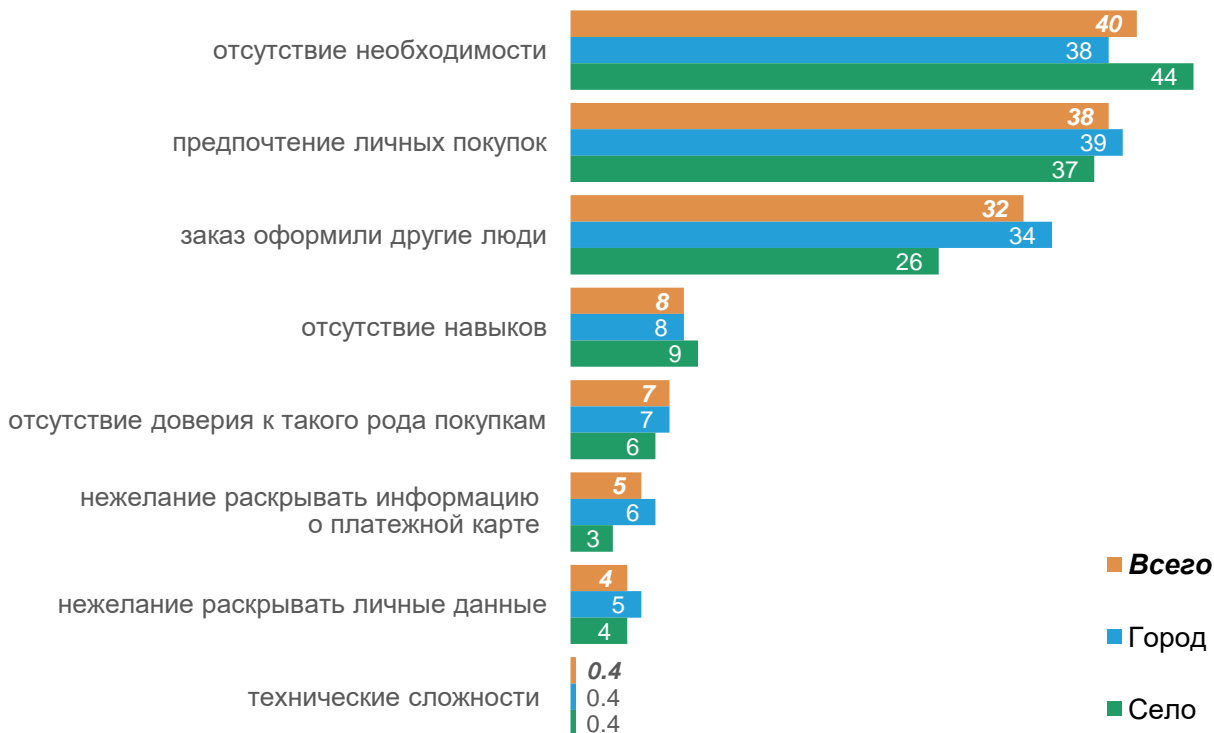
Чаще всего россияне покупают онлайн одежду и обувь, причем проживающие в сельской местности это делают на сопоставимом с горожанами уровне (71% и 72% онлайн-покупателей соответственно) (рис. 2). Также примерно одинаковым спросом пользуются предметы домашнего обихода. Другие товары и услуги россияне, проживающие в сельской местности, заказывают онлайн реже, чем в городах. Так, в 2024 г. только 13% сельских жителей заказывали через интернет еду из кафе и ресторанов; среди горожан таких 37%. Помимо различий в структуре экономики (заведений общественного питания объективно больше в городах), влияние могут оказывать и различия в уровне дохода: доля тех, кто может приобретать товары и услуги за рамками базовых потребностей, среди горожан больше, чем среди жителей сел.

**Рис. 2. Использование интернета для заказа товаров и услуг по типам поселения: 2024**  
(в % от численности населения в возрасте 15 лет и старше, за последний год заказывавшего онлайн товары или услуги)



Несмотря на заметное расширение масштабов онлайн-торговли, треть россиян по-прежнему ничего не покупают через интернет. Среди сельских жителей их заметно больше: 42% против 30% в составе горожан. Чаще всего это связано с отсутствием необходимости (так поясняют свой выбор 40% россиян 15 лет и старше, не использовавших интернет для заказа товаров или услуг) (рис. 3). Именно эту причину чаще всего указывают жители сел (44%), в то время как в городах отказ от онлайн-шопинга обусловлен в первую очередь личными предпочтениями – многим людям все еще привычнее покупать товары в обычных магазинах (39%).

**Рис. 3. Доля населения, не использовавшего интернет для заказа товаров и услуг, по типам поселения\*** (в % от численности населения в возрасте 15 лет и старше, не использовавшего интернет для заказа товаров или услуг)



\* Сумма значений по категориям больше 100%, т. к. респонденты могли указать несколько вариантов ответа.

Узнать больше об онлайн-покупках и других интернет-практиках можно из монографии ИСИЭЗ НИУ ВШЭ [«Жизнь онлайн: цифровая трансформация российского общества»](#) (2025).



**Источники:** расчеты ИСИЭЗ НИУ ВШЭ по данным Росстата; результаты проекта «Мониторинг технологий искусственного интеллекта и цифровой трансформации экономики и общества (1 волна)» тематического плана научно-исследовательских работ, предусмотренных Государственным заданием НИУ ВШЭ.

■ Материал подготовила **Л. С. Кузина**

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