

ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА



Институт статистических
исследований
и экономики знаний



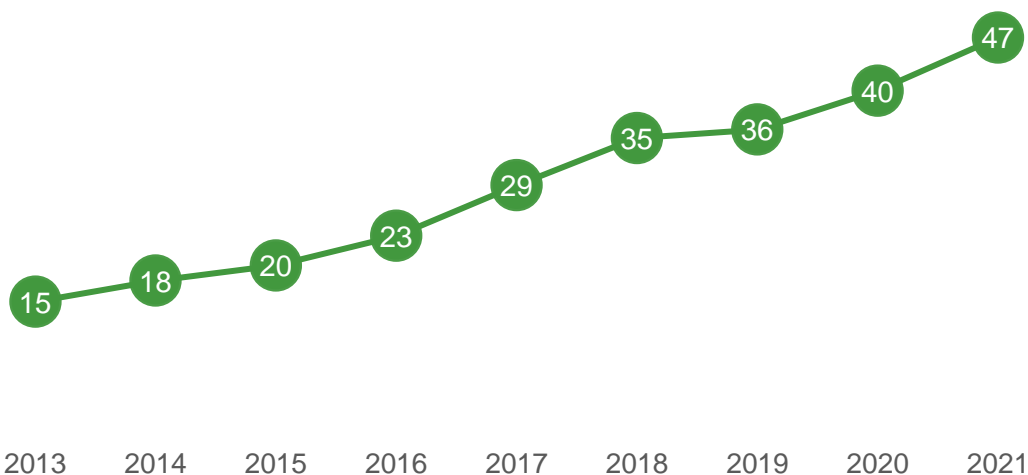
Дата выпуска
16.09.2022

Что россияне покупают онлайн?

В последние годы устойчиво растет доля россиян, заказывающих товары или услуги через интернет. Институт статистических исследований и экономики знаний (ИСИЭЗ) НИУ ВШЭ оценивает динамику распространения данной практики, а также изменения структуры онлайн-заказов.

Доля россиян, заказывающих товары или услуги по Сети, за 2013–2021 гг. выросла с 15 до 47% (рис. 1). Период пандемии COVID-19 стал частью этого восходящего тренда.

Рис. 1. Доля населения, использовавшего интернет для заказа товаров и услуг за последний год: 2013–2021 гг.*
(в % от численности населения в возрасте 15–74 лет)



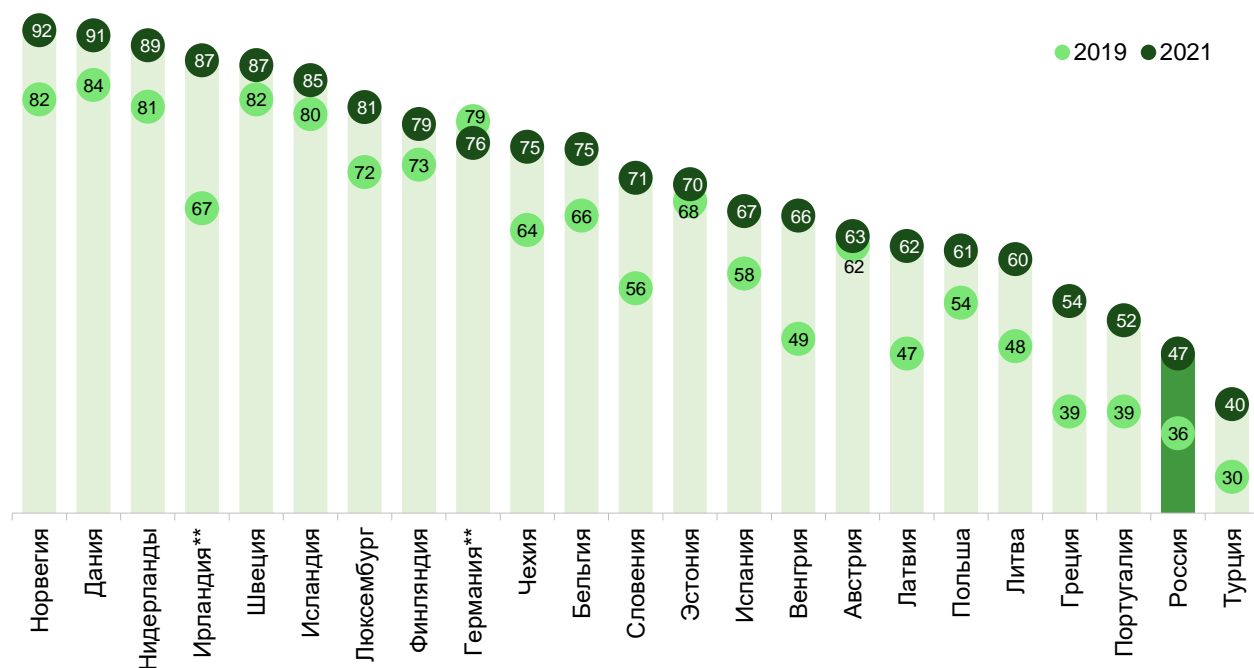
* Статистические данные по этому показателю собираются Росстатом с 2013 г.

Несмотря на такую динамику, доля онлайн-покупателей среди населения в России все еще значительно ниже, чем в большинстве европейских стран (рис. 2). В Норвегии, Дании и Нидерландах, например, доля жителей, которые пользовались интернетом для заказа товаров и услуг, в 2021 г. составляла около 90%. Из всех стран, по которым имеются сопоставимые данные, наша страна опережает только Турцию (40%). Распространение онлайн-шопинга обусловлено, в том числе, доступностью интернета в стране. Так, в Норвегии доступ к глобальной Сети есть в 99% домохозяйств, а в России – в 84%.

Чаще всего в интернете россияне покупают одежду, обувь и спортивные товары (66% совершивших онлайн-покупки в 2021 г.) (рис. 3). Более трети (37%) онлайн-покупателей приобретают предметы домашнего обихода. Популярность этих двух категорий товаров за время пандемии COVID-19 значительно возросла: прирост аудитории составил 8 и 10 п.п. соответственно. Спрос на финансовые услуги, которые также входят в топ-3 интернет-покупок, за этот период практически не изменился: и в 2021 г., и в 2019 г. такими услугами пользовались 44% онлайн-покупателей в стране.

К наименее распространенным категориям онлайн-покупок относятся: программное обеспечение (5%), видеоигры (7%), книги, журналы, газеты, в т.ч. и электронные (10%), а также товары для творчества и хобби (11%) – товары, спрос на которые демонстрируют достаточно узкие группы населения.

Рис. 2. Доля населения, использовавшего интернет для заказа товаров и услуг за последний год, по странам*
(в % от численности населения в возрасте 15–74 лет)



* По зарубежным странам – в возрасте 16–74 лет.

** В 2021 г. произошли изменения в методологии.

Пандемия COVID-19 внесла значительные изменения в структуру онлайн-заказов. За 2020 г. примерно вдвое сократились доли онлайн-покупателей, приобретавших билеты на развлекательные мероприятия (с 23% в 2019 г. до 12%) и услуги, связанные с путешествиями (с 20% в 2019 г. до 12%). Такая динамика в основном обусловлена ограничениями на проведение массовых мероприятий и перемещение как между странами, так и внутри России. В 2021 г. спрос на эти категории услуг несколько вырос, но все же не вернулся на допандемийный уровень, очевидно, из-за новой волны заболеваемости и продления некоторых ограничений.

Наибольший прирост доли онлайн-покупателей за время пандемии произошел в отношении продуктов питания: в 2019 г. через интернет их заказывали 14% россиян, совершавших онлайн-покупки, а в 2021 г. – уже 30%.

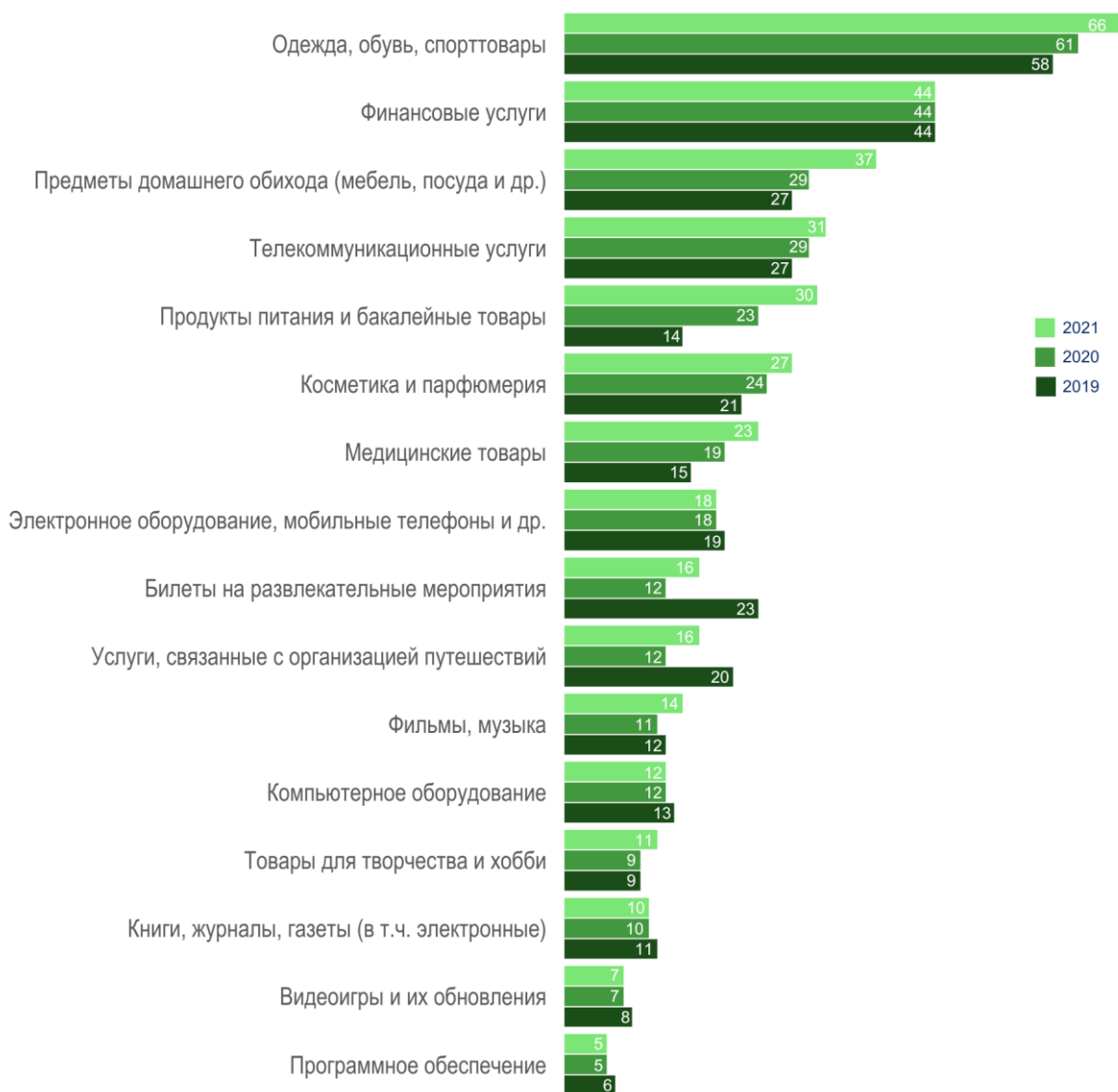
Покупка медицинских товаров через интернет также стала привычной практикой: доля онлайн-покупателей этой категории товаров выросла с 15% в 2019 г. до 23% в 2021 г.

Несмотря на существенные преимущества онлайн-покупок (широкий ассортимент товаров и услуг, меньшие временные затраты и др.), более половины россиян (53%) все еще не имеют опыта заказа товаров и услуг через интернет.

Половина интернет-пользователей, которые не совершали онлайн-покупки за последний год, отдают предпочтение посещению традиционных магазинов (51%), более трети – не испытывают необходимости в онлайн-покупках (35%). Около 15% отмечают, что за них онлайн-покупки делает кто-то другой (родственники, знакомые). Ожидается, наиболее распространена эта причина среди молодых пользователей 15–19 лет: в этой возрастной группе на нее указали почти треть тех, кто не совершал онлайн-покупки.

Отсутствие доверия к приобретению товаров и услуг через интернет отмечают около 15% российских интернет-пользователей, которые не делают заказы онлайн. Для людей старшего возраста важной причиной отказа является и недостаток соответствующих навыков: эту причину отметили 12% в группе пользователей интернета 60–74 лет, не практикующих покупки онлайн.

Рис. 3. Использование интернета населением для заказа товаров и услуг по видам
(в % от численности населения в возрасте 15–74 лет, заказывавшего товары и услуги онлайн за последние 12 месяцев)



Источники:

Расчеты ИСИЭЗ НИУ ВШЭ по данным Росстата и ОЭСР; результаты проекта «Исследование цифрового неравенства в России и его влияния на цифровизацию экономики и общества» 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). Допускается использование частей (фрагментов) материала при указании источника и активной ссылки на интернет-сайт ИСИЭЗ НИУ ВШЭ (issek.hse.ru), а также на автора материала. Использование материала за пределами допустимых способов и/или указанных условий приведет к нарушению авторских прав.