

УДК 339.37

БАЛАНС РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОЙ И ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ

Котилко В.В., д.э.н., проф., академик РАЕН

г. Москва, РФ

kotilko@yandex.ru

Аннотация. В статье проведён анализ развития рынка электронной коммерции в России, рассмотрены базовые цифровые решения, применяемые в розничной торговле.

Ключевые слова. Розничная торговля, электронная коммерция, цифровая трансформация.

Retail and electronic trade development balance

Kotilko V.V. - D.E.N., prof., Academician RAEN

Moscow, the Russian Federation

Annotation

The article analyzed the development of the electronic commerce market in Russia, the basic digital solutions used in retail trade were considered.

Key words. Retail trade, e-commerce, digital transformation.

Электронная коммерция как часть рынка розничной торговли продолжает развиваться под влиянием глобальной цифровизации, развития новых технологий и инноваций, несмотря на существенные изменения экономической среды.

В 2023 г. около 5,4 млрд чел. имели доступ к сети. Это почти 67% населения земного шара [3]. При этом доступ к цифровым технологиям в различных странах заметно отличается друг от друга. Основные факторы, влияющие на эти изменения: социально-экономические, политические, инфраструктурные, нормативные и другие. Например, «в странах с высоким уровнем дохода в 2023 г. интернетом пользовались 93% населения, а в странах с низким уровнем дохода – всего 27% населения [4].

Анализ ситуации в России оценили Аналитический центр TAdviser в партнерстве с веб-интегратором «Факт» и консалтинговым агентством Paper Planes, которые провели исследование с апреля по май 2024 г. «Автоматизация торговли и партнерских взаимоотношений с B2B-клиентами». В ходе исследования был проведен опрос 91 производителя и дистрибьютора крупных и средних предприятий с годовой выручкой более 1 млрд руб. По результатам исследования был сделан вывод о том, что цифровая интеграция в B2B-секторе в России находится на активной фазе развития: 31% компаний уже имеют B2B-порталы высокой зрелости, 32% находятся на начальном этапе цифровой зрелости, а 14,2% собираются автоматизировать B2B-дистрибуцию в ближайшее время [1].

Розничная торговля и электронная коммерция: в чем разница?

Преимущества розничных магазинов: выбор правильного места для торговли, привязка к потребителям, конкурентное преимущество, отличный опыт работы с клиентами. Недостатки: операционная сложность, повышенный риск, эксплуатационные расходы, розничные магазины ограничены одним местоположением, Операционная сложность (проблемы с логистикой).

Преимущества интернет-магазинов: снижение затрат, можно обращаться с потребителями всего мира, гибкость, растущий рынок, уменьшение сложностей общения, возможно управлять интернет-магазином из любого места. Недостатки: проблемы с поиском клиентов, высокий уровень конкуренции, сложнее предоставить клиентам персонализированный опыт, угрозы кибербезопасности.

Создание и запуск интернет-магазина часто обходится намного дешевле, чем инвестиции в физический магазин. С магазином электронной коммерции вы можете начать работу только с платформой электронной коммерции, хостингом домена и несколькими инструментами цифрового маркетинга [5].

Анализ за десятилетие показал, что увеличение онлайн-продаж происходит неравномерно на территории РФ, что связано с процессами цифровизации и численностью населения. В 2022 г. лидером по доле продаж

через Интернет среди субъектов РФ стал Санкт-Петербург (13,5%), далее следуют Москва (10,3%), Московская область (10,1%), Свердловская область (9%), Новосибирская область (8,7%). Среди федеральных округов первенство принадлежит Центральному федеральному округу (7,9%). Наименьшая доля онлайн-продаж приходится на Северо-Кавказский федеральный округ (1,3%): Республика Дагестан (0,1%), Чеченская Республика (0,1%), Кабардино-Балкарская Республика (0,2%), Республика Ингушетия (0,3%) [6].

По данным Forbes в первом квартале 2025 года объём рынка онлайн-покупок вырос на 36% год к году, до 2,6 триллиона рублей, ссылаясь на данные Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ). 97% от всех покупок пришлось на интернет-магазины и маркетплейсы.

Рекордный рост онлайн-продаж в первом квартале зафиксировали в Чечне — 162% год к году. Регионы — лидеры по объёму интернет-покупок остаются без изменений: Москва (17,2% от всех онлайн-покупок); Московская область (7,9%); Санкт-Петербург (6,2%); Краснодарский край (4,8%); Ростовская и Свердловская области (по 2,8%).

Наиболее популярная категория товаров в онлайн — продукты питания, в первом квартале 2025 года на них приходится 20% от всех покупок. Далее по популярности идут товары для дома и мебель (25,6%), одежда и обувь (13,2%) и бытовая техника и электроника (12%).

Ключевые тенденции развития e-commerce-бизнеса: выбор бренда, развивать интернет-магазины, мобильные приложения, социальные сети, открывать свои площадки, иметь собственный интернет-магазин, применять искусственный интеллект для рекламных, маркетинговых, стратегических и других целей, выбирать нейроизображения для своих объявлений с помощью технологий YandexART, развитие средств в видео рекламу., внедрение Social commerce.

Social commerce — по сути это комбинация инструментов электронной коммерции и элементов социального взаимодействия на одной платформе,

которая будет все больше опираться на искусственный интеллект, на умные алгоритмы, позволяющие самим, находят пользователей.

Кроме того, необходимо создать единую экосистему каналов взаимодействия с клиентами. В этом помогает омниканальность — стратегия, при которой все каналы продаж и коммуникации объединяются в целостную систему.

В настоящее время доля покупок со смартфона и планшета превысила 70%, а в таких индустриях, как мода, этот показатель доходит до 80–90%.

Развивая логистику в регионах, наметилась новая тенденция в коммерции

Так, на Чукотке доля онлайн-продаж составила 38% от общего объема розничной торговли. В Магаданской области этот показатель равен 24%, а на Алтае — 23%. Более 22% розничных продаж через интернет зафиксировано в Карачаево-Черкесии, на Камчатке, в Мурманской и Калужской областях, а также в Тыве. В Вологодской и Владимирской областях, Ямало-Ненецком автономном округе и в Карелии онлайн-торговля занимает более 18% от общего объема розницы [8].

Для активного продвижения ecom-бизнес важно опираться на такие тренды, как:

Развитие программы лояльности, которые удерживают постоянных клиентов и стимулируют повторные покупки (получение бонусных баллов

Персонализировать предложения, которые увеличивают вероятность покупки, поскольку клиенты рассматривают только те товары, которые им действительно интересны (индивидуальный подход).

Использовать разные виды оплаты. Они устраняют возражения к покупке и делают процесс удобнее для клиентов.

Объем рынка e-commerce в России в 2025 году составит 16 трлн руб., сформировав 26% розничного товарооборота, следует из базового прогноза консалтинговой компании «Яков и партнеры». Рынок вырастет на 27% против 35,5% годом ранее (в 2023 году прирост составил 45,3%, в 2022 году — 56%) [9].

Среднесрочный прогноз вносит изменения в ожидаемую перспективу. Российский рынок онлайн-торговли в 2025 году продолжит расти несколько с замедленными темпами. Через пять лет этот показатель уже не будет превышать 10%. Это связано с сокращением объемов прироста бизнеса маркетплейсов, на которые сейчас приходится более половины оборота e-commerce.

Объем рынка e-commerce в России в 2025 году составит 16 трлн руб., сформировав 26% розничного товарооборота, следует из базового прогноза консалтинговой компании «Яков и партнеры». Рынок вырастет на 27% против 35,5% годом ранее (в 2023 году прирост составил 45,3%, в 2022 году — 56%) [9].

В тоже время есть альтернативный путь – это расширения торговли с Китаем. Товарооборот с Китаем предоставит российскому бизнесу значительные возможности для роста и развития. В 2025 году ожидается дальнейшее укрепление экономических связей и увеличение объёмов торговли. Воспользоваться этими возможностями можно только, если преодолевать существующие вызовы, развивать новые виды технологий, улучшать логистику и диверсифицировать рынки.

Развитие электронной коммерции с Китаем приведет к тому, что в перспективе онлайн-торговля между Россией и Китаем достигнет новых высот, благодаря удобству и доступности таких платформ, как онлайн-платформы.

Список использованной литературы:

1. Розничная торговля и электронная коммерция: чем они отличаются? // Современная торговля, № 8. 2022. - С.4-9.
2. Кравцова Е.Р. Экономика и предпринимательство, № 4, 2025 г. – С 167- 171.
3. ITU. Measuring digital development: Facts and Figures 2023. URL: <https://www.itu.int/en/ITUD/Statistics/Pages/facts/default.aspx> (дата обращения: 20.12.2024)
4. Жуковская И.Ф., Косорукова И.В. Влияние цифровой трансформации экономики на розничную торговлю и поведение потребителей

// Вестник Владимирского государственного университета им. А. Г. и Н. Г. Столетовых. Серия: экономические науки. 2024. № 2 (40). С. 126-137.

5. Ревека Картер. Розничная торговля и электронная коммерция: в чем разница? //ecommerce-platforms.com. 26 апреля 2023.

6. Субботина Е.Н., Шитов В.О. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ // Экономика и бизнес, № 1-2, 2024.

7. 21-я профессиональная конференция по Интернет-торговле// Кейсы, стратегии, методики, 26 мая 2025.

8. Ecommerce в 2025 году: основные изменения и тренды рынка, 12 марта, 2025.

9. Коммерсантъ // Маркетплейсам становится тесно, 14.03.2025.

10. Урба С. Товарооборот с Китаем: перспективы и вызовы для российского бизнеса в 2025 году.