

УДК 339:004.9

DOI: 10.21295/2223-5639-2021-1-197-206

Источник: Матузенко, Е. В. Тенденции, проблемы и перспективы развития электронной коммерции в сфере интернет-торговли / Е. В. Матузенко, О. А. Глазунова, А. А. Изварин // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2021. – № 1(86). – С. 197-206.

Матузенко Е.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, профессор кафедры гостинично-туристического сервиса, коммерции и рекламы

Глазунова О.А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры гостинично-туристического сервиса, коммерции и рекламы

Изварин А.А.

первый заместитель начальника департамента внутренней и кадровой политики Белгородской области

ТЕНДЕНЦИИ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В СФЕРЕ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ

Аннотация. В связи со стремительной цифровизацией общества в настоящее время интернет-торговля превратилась в динамично развивающуюся отрасль экономики. Интернет предоставляет возможность многим товарам и услугам выходить не только на российский рынок, но и за его пределы, поэтому в течение двух последних десятилетий интернет-торговля активно развивается как в России, так и за рубежом. В условиях пандемии коронавируса объём продаж российских интернет-магазинов вырос почти на 20%. Целью данной статьи является исследование тенденций, выявление проблем и определение перспектив развития электронной коммерции в сфере интернет-торговли. В ходе анализа применялись кабинетные методы исследования: анализ научной и методической литературы по исследуемой теме, обобщение и классификация научных исследований и существующего российского опыта в области интернет-торговли. В исследовании данной проблемы использовались системный подход и компаративный анализ. Авторы статьи проанализировали динамику развития интернет-торговли в России, выявили проблемы, препятствующие ее эффективному функционированию, такие как: хаотичность и информационная перегруженность сайтов, неудобная навигация для пользователя, недостаток профессиональных специалистов в сфере интернет-маркетинга, ограниченное использование кредитных карт, недоверие к банковской системе, некачественный сервис в интернет-магазинах, нарушение сроков доставки оплаченного товара покупателю. С целью эффективного развития российской интернет-торговли авторы статьи предложили направления совершенствования электронной коммерции в сфере интернет-торговли.

Ключевые слова: интернет-торговля, онлайн-продажи, средний чек, интернет-магазин, интернет-маркетинг.

Введение. Последние несколько лет зарубежные и российские ученые изучали развитие интернет-торговли: ее состояние, преимущества и особенности функционирования [5, 8, 9], инструменты

[1, 6, 7], тренды и направления совершенствования [5, 9, 10, 11].

В середине 2020 года доля интернет-торговли в России увеличилась на 4,9% по сравнению с началом года и составила

10,9% по оценке аналитиков [12]. Осенью 2020 года из-за второй волны коронавируса многие россияне ушли на самоизоляцию, что повлияло на увеличение объема интернет-торговли [12]. Во время пандемии развитие электронной коммерции стало одним из главных трендов в розничной торговле, потому что для целого ряда товарных категорий онлайн оказался единственным возможным каналом продаж.

В связи с этим проблема развития интернет-торговли в период пандемии нуждается в анализе, выявлении проблем, сдерживающих её функционирование, формулировании рекомендаций по совершенствованию электронной коммерции в сфере интернет-торговли.

Методы исследования. В ходе анализа применялись кабинетные методы исследования: анализ научной и методической

литературы по исследуемой теме, обобщение и классификация научных исследований и существующего российского опыта в области интернет-торговли. В исследовании данной проблемы использовались системный подход и компаративный анализ.

Применение данных методов позволило определить тенденции развития интернет-торговли, систематизировать проблемы, препятствующие ее эффективному функционированию, и предложить направления совершенствования электронной коммерции в сфере интернет-торговли.

Результаты исследования. В последние годы интернет-торговля в России развивается быстрыми темпами. Как видно из данных рисунка 1, за последние пять лет объем интернет-торговли увеличился в 2,3 раза, а за последние три года – в 1,5 раза и составил в 2019 году 1620 млрд руб.

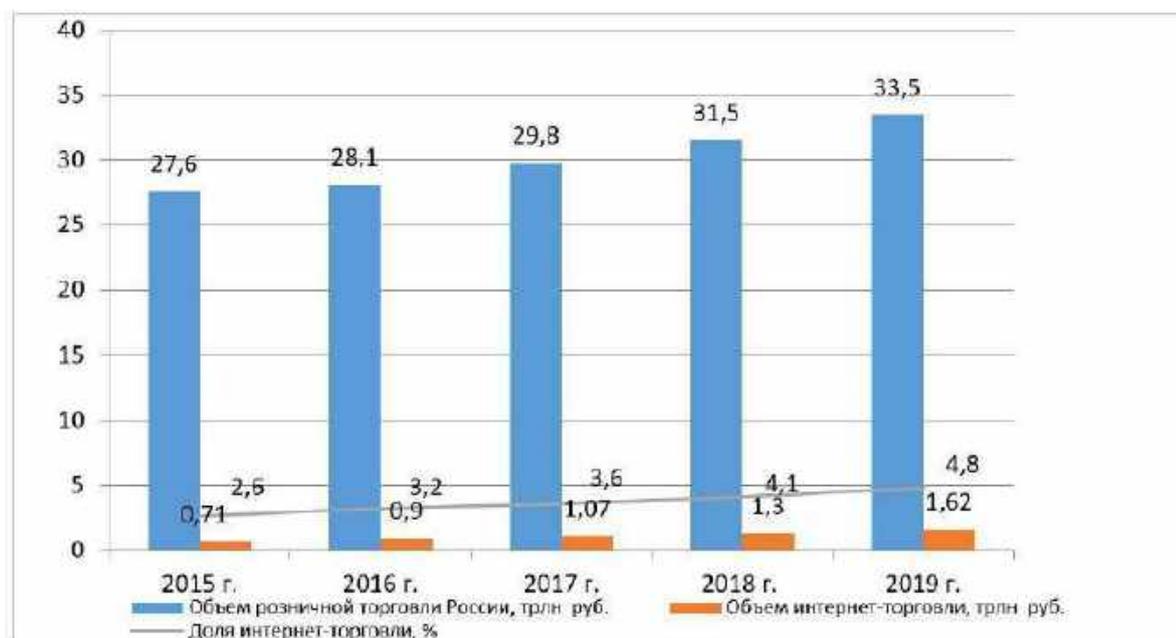


Рис. 1. Объем розничной и интернет-торговли в России за 2015–2019 гг., трлн. руб.

За пятилетний период увеличилась доля интернет-торговли в общем объеме розничной торговли. Так, если в 2015 году она составляла 2,6%, то в 2019 году – 4,8%, что больше практически в два раза.

Противоречивые тенденции наблюдаются в сопоставлении количества онлайн-заказов и среднего чека покупателей интернет-магазинов России (рис. 2).

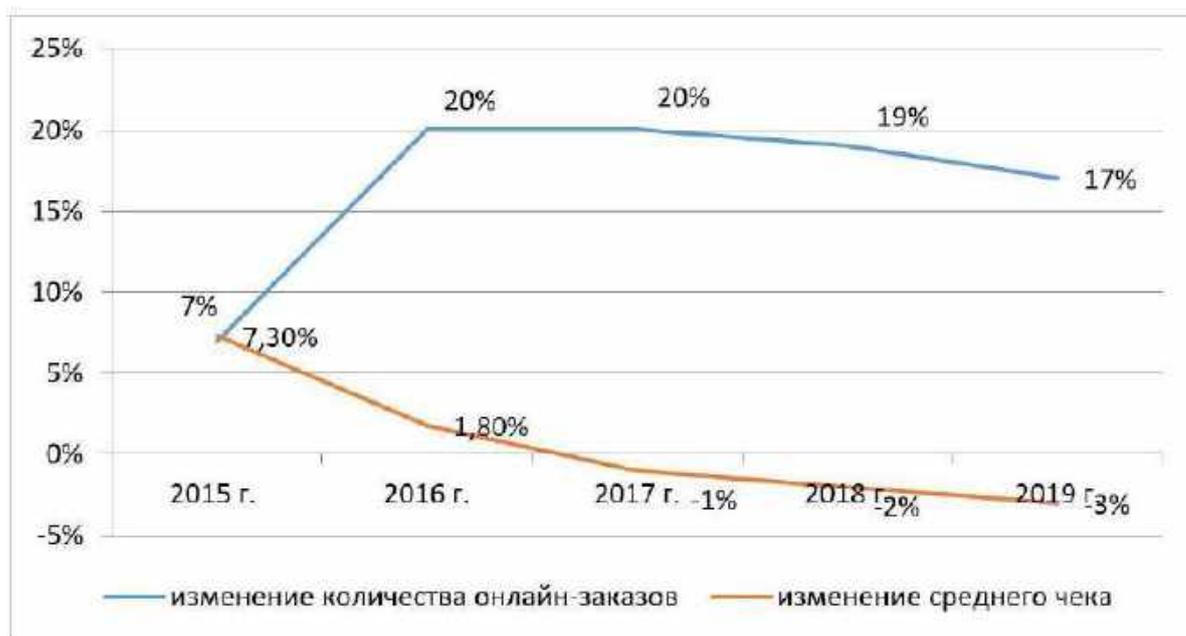


Рис. 2. Динамика количества онлайн-заказов и сумма среднего чека в России за 2015–2019 годы, %

При росте количества заказов на 10% за 2015–2019 годы наблюдается тенденция

уменьшения среднего чека, что свидетельствует о снижении доходов населения.

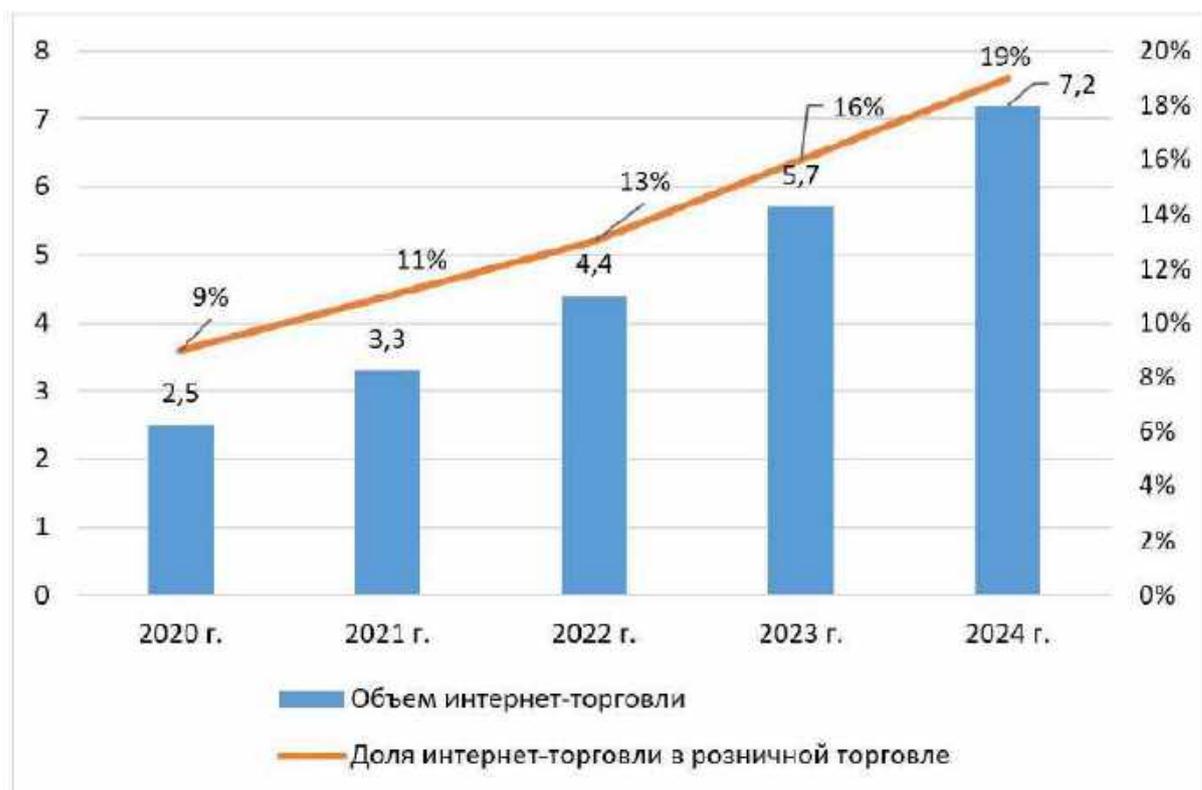


Рис. 3. Прогноз объема интернет-торговли в России за 2020–2024 годы, трлн руб.

По мнению специалистов в области электронной коммерции [10, 11, 12], ожидается рост объема интернет-торговли с 2020 по 2024 годы в 2,9 раза, причем доля электронной в общем объеме розничной торговли за анализируемый период увеличится на 10% (рис. 3).

Специалисты исследовательской компании «Data Insight» представили прогноз развития интернет-торговли на бли-

жайшие 5 лет, который построен с учетом влияния пандемии коронавируса на рост онлайн-продаж, включая следующие факторы: появление новых онлайн-покупателей, изоляция дома, увеличение частоты покупок в месяцы, следующие за изоляцией, переход части сотрудников на удаленную работу, рост онлайн-продаж FMCG, падение покупательской способности и потребительской активности [10].

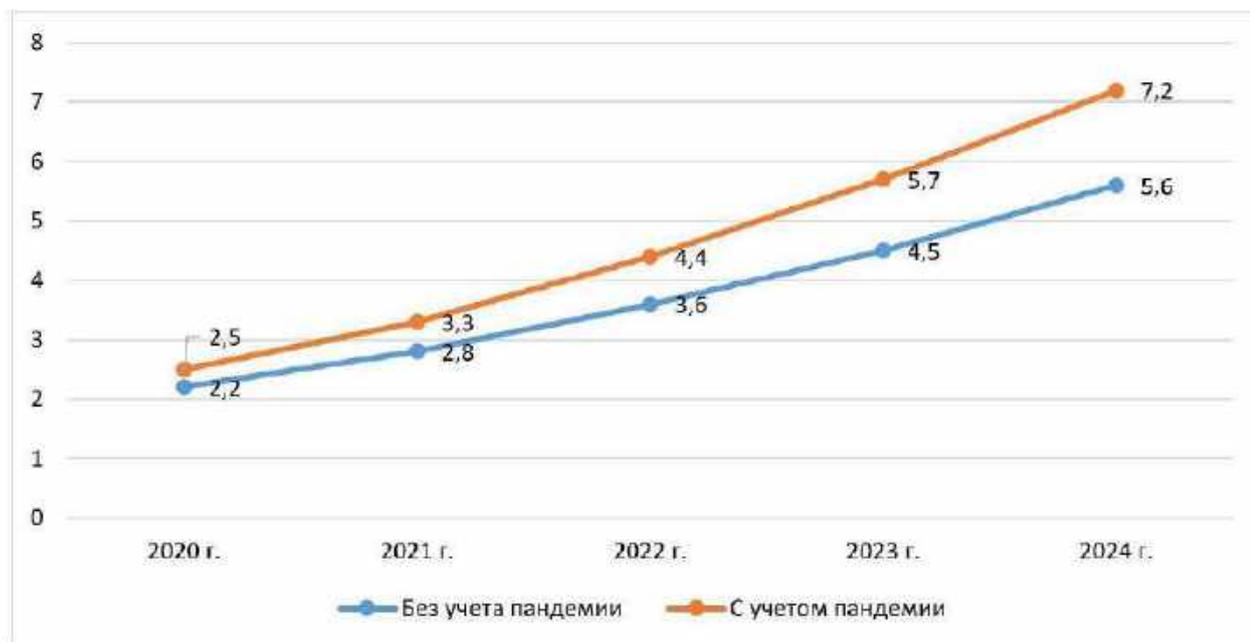


Рис. 4. Прогноз объема интернет-торговли в России с учетом пандемии и без нее, трлн руб.

Без учета пандемии коронавируса объем интернет-торговли с 2020 по 2024 год увеличится в 2,5 раза и составит в 2024 году 5,6 трлн руб. С учетом пандемии данный показатель увеличится в 2,9 раза, т.е. в 2024 году объем интернет-торговли в России составит 7,2 трлн руб. (рис. 4).

Таким образом, можно заключить, что в период с 2020 по 2024 год в России произойдет рост объема интернет-торговли.

Несмотря на данную тенденцию функционирования интернет-торговли России в настоящее время имеются некоторые проблемы.

На основании изучения множества научных и статистических источников нами сделана попытка систематизировать проблемы и предложения по развитию интернет-торговли (рис. 5).

Рассмотрим перечисленные направления более подробно.

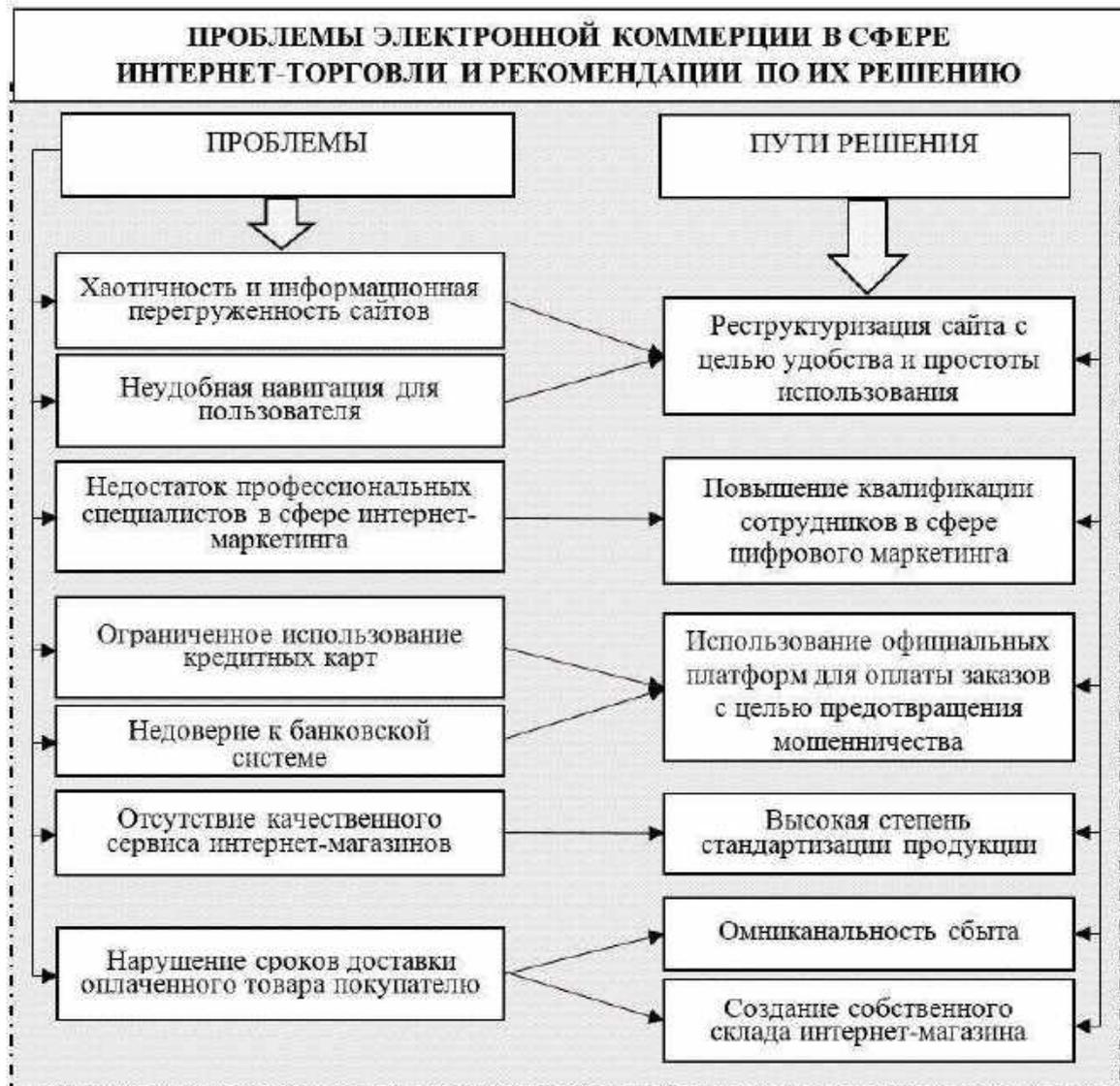


Рис. 5. Проблемы электронной коммерции в сфере интернет-торговли и рекомендации по их решению

Существенной проблемой, которая возникает при использовании многих сайтов интернет-магазинов, является их хаотичность, информационная перегруженность, а также неудобная навигация для пользователя. Все это затрудняет привлечение и удержание потенциальных клиентов. Чтобы продолжить работу с веб-сайтом, потенциальный пользователь должен в течение нескольких секунд увидеть на сайте то, что его заинтересует. С этой целью интернет-магазинам необходимо обеспечить пользователям понятный и не перегружен-

ный интерфейс веб-сайта, своевременно проводить его реструктуризацию с целью удобства и простоты использования для покупателей.

Клиенты интернет-магазинов должны быть уверены в безопасности финансовой сделки и в конфиденциальности передаваемой информации. Из-за отсутствия четкого правового регулирования банковской системы многие клиенты интернет-магазинов испытывают к ней недоверие и, как следствие, ограниченно используют кредитные карты при оплате интернет-за-

каза. Поэтому платежи в системе Интернет должны проходить по безопасному и защищенному каналу связи. Кроме того, интернет-магазины могут проводить сертификацию конфиденциальности платежных систем в независимых и заслуживающих доверия компаниях.

В настоящее время существенным недостатком интернет-магазинов является отсутствие профессиональных специалистов по интернет-маркетингу и рекламе, что приводит к низкому качеству оказываемых услуг. Для решения этой проблемы необходимо своевременно повышать квалификацию сотрудников интернет-магазинов в сфере электронной торговли.

Важной проблемой в сфере электронной торговли является некачественный сервис в интернет-магазинах. Большая их часть стремится быстрее занять свою нишу на рынке, не задумываясь о потребностях и запросах потенциальных потребителей [2]. Многие интернет-магазины не уделяют должного внимания таким важным вопросам, как логистика и использование платежных систем. Интересным является тот факт, что некоторые интернет-магазины вкладывают большие средства в своё продвижение, не занимаясь серьезными вложениями в соответствующую инфраструктуру. При создании интернет-магазинов возникает еще одна проблема: торговля нестандартизированной продукцией. На высококонкурентном рынке только реализация стандартизированного товара принесет интернет-магазину достаточную прибыль.

В конкурентной борьбе с сетевыми торговыми предприятиями, развивающимися в настоящее время более успешно, интернет-магазинам следует применять омниканальность сбыта. Более выгодными каналами дистрибуции могут стать мобильные приложения, социальные сети или колл-центры [3]. Их применение дает возможность клиентам использовать раз-

ные варианты покупки товаров, что будет способствовать увеличению целевой аудитории и объему продаж.

Интернет-магазин должен гарантировать доставку покупателю товара в обозначенные сроки. К обязанностям продавца интернет-магазина должно сводиться не только предоставление необходимого для отправки товара и пополнение ассортимента на складе, но и использование наиболее дешевого и быстрого способа доставки товара покупателю [4]. К сожалению, российские интернет-магазины пока не могут гарантировать быструю доставку и сохранность товаров. Решение этой проблемы состоит в организации собственного склада интернет-магазина для хранения товарных запасов, которые представлены в прайс-листе.

Реализация предложенных рекомендаций по развитию электронной коммерции в сфере интернет-торговли позволит повысить ее эффективность, увеличить продажи и количество лояльных клиентов.

Выводы и заключение. Исходя из вышеизложенного можно заключить, что интернет-торговля в настоящее время является неотъемлемой частью электронной коммерции.

За последние годы в России наблюдается тенденция роста интернет-торговли. Однако в ее развитии имеются некоторые проблемы, препятствующие эффективному функционированию интернет-торговли, такие как: хаотичность, информационная перегруженность и неудобная навигация сайтов для пользователя, недостаток профессиональных специалистов в сфере интернет-маркетинга, отсутствие качественного сервиса интернет-магазинов и многое другое.

Преодолению перечисленных проблем в развитии интернет-торговли будет способствовать реализация следующих направлений: реструктуризация сайта с целью удобства и простоты использования,

проведение повышения квалификации сотрудников в сфере цифрового маркетинга, использование официальных платформ для оплаты заказов с целью предотвращения мошенничества, применение стандартизации продукции, использование омниканальности сбыта, создание собственного склада интернет-магазина.

Список литературы

1. **Воронков, А. В.** Задачи формирования моделей в электронной коммерции / А. В. Воронков, С. В. Шведова, Т. Ю. Срывкина. – Текст : непосредственный // Экономика и управление: инновационное решение проблем : материалы международной научно-практической конференции (02-05 апреля 2019) : в 3-х частях ; АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права». – Белгород : Изд-во БУКЭП, 2019. – Часть 3. – С. 181–186.

2. **Макринова, Е. И.** Особенности разработки модели конкурентной стратегии развития российской компании-импортера / Е. И. Макринова, Ж. Н. Авилова, С. И. Шиленко, С. М. Шиленко. – Текст : непосредственный // Фундаментальные исследования. – 2019. – № 3. – С. 46–50. – ISSN 1812-7339.

3. **Макринова, Е. И.** Развитие коммерческой деятельности организаций потребительской кооперации на основе современных бизнес-технологий : монография / Е. И. Макринова, Е. В. Матузенко, О. А. Глазунова. – Белгород : Издательство БУКЭП, 2020. – 163 с. – ISBN 978-5-8231-0981-9. – Текст : непосредственный.

4. **Макринова, Е. И.** Франчайзинг как технология организации коммерческой деятельности: тенденции и направления развития в России / Е. И. Макринова,

Е. В. Матузенко, О. А. Глазунова. – Текст : непосредственный // Фундаментальные исследования. – 2020. – № 5. – С. 125–130. – ISSN 1812-7339.

5. **Матузенко, Е. В.** Перспективы и особенности развития интернет-торговли в системе электронной коммерции / Е. В. Матузенко, Ю. А. Наплекова, А. В. Воронков. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2019. – № 4 (77). – С. 312–321. – ISSN 2223-5639.

6. **Роздольская, И. В.** Исследование предметной области и стратегии развития консалтингового предпринимательства в цифровой бизнес-среде / И. В. Роздольская, Е. И. Макринова, М. Е. Ледовская. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2020. – № 4 (83). – С. 9–26. – ISSN 2223-5639.

7. **Тарасова, Е. Е.** Воронка продаж как эффективный инструмент интернет-торговли: теоретический и методологический аспекты / Е. Е. Тарасова, Е. В. Матузенко, И. А. Аминов. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2020. – № 4 (83). – С. 205–214. – ISSN 2223-5639.

8. **Тарасова, Е. Е.** Персонализация email-сообщений потенциальным пользователям с целью их привлечения на B2B платформу / Е. Е. Тарасова, В. А. Исаенко. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2020. – № 5 (84). – С. 174–186. – ISSN 2223-5639.

9. **Тарасова, Е. Е.** Электронная коммерция: преимущества, тренды и перспективы развития / Е. Е. Тарасова, Е. В. Матузенко. – Текст : непосредственный // Экономическое прогнозирование: модели и методы : материалы XII международной научно-практической конференции

(17–19 ноября 2016). – Воронеж : Воронежский центральный научно-технический институт – филиал ФГБУ «РЭА», 2016. – С. 180–185.

10. https://datainsight.ru/DI_eCommerce2020_2024. – Текст : электронный.

11. <https://e-pepper.ru/news/internet-torgovlya-v-rossii-2019-analitika-data-insight.html>. – Текст : электронный.

12. <https://russian.rt.com/business/article/795066-rossiya-onlayn-torgovlya>. – Текст : электронный.

Источник: Матузенко, Е. В. Тенденции, проблемы и перспективы развития электронной коммерции в сфере интернет-торговли / Е. В. Матузенко, О. А. Глазунова, А. А. Изварин // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2021. – № 1(86). – С. 197-206.