
Инновационная экономика

ДИНАМИКА РОССИЙСКОГО СЕГМЕНТА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ И ПЛАТЕЖЕЙ*

Александра ПОЛЯКОВА

Ведущий научный сотрудник РАНХиГС при Президенте Российской Федерации, д-р экон. наук, профессор. E-mail: polyakova-ag@ranepa.ru

Развитие интернет-торговли, которая растет в России высокими темпами, меняет модель потребления и приводит к сокращению индивидуальных транзакционных издержек покупателя за счет снижения затрат времени на приобретение товаров и цены.

Ключевые слова: интернет-торговля, электронные платежи, онлайн-продажи, офлайн-продажи, банковская карта.

Доля интернет-продаж в совокупном объеме реализации на российском рынке невелика: объем онлайн-торговли составляет порядка 3% от общего оборота розничной торговли¹ в РФ. Однако данный сегмент характеризуется высокими темпами роста: за 2017 г. рынок вырос на 13% — до 1,04 трлн. руб. (в 2016 г. рост составил 21%)². По предварительным данным, в первом квартале 2018 г. рост рынка превысил средний показатель 2017 г., и по итогам текущего года, согласно прогнозам, его российский сегмент вырастет до 1,25 трлн. руб., а трансграничный сегмент — до 470 млрд. руб.³

Сам факт обращения продавцов к этой форме торговли оказывает положительное влияние на увеличение продаж и в офлайн-сегменте, так как многие покупатели используют онлайн-магазины как источник информации для принятия решения о покупках: в 2017 г. поиск информации о товарах и услу-

гах являлся третьей по популярности целью выхода в Интернет среди российского населения (на это указали 51,7% респондентов). (См. рис. 1.)

Следует также отметить, что по сравнению с 2013 г. прирост доли россиян, использовавших Интернет для поиска информации о товарах и услугах, был третьим по величине (+14,6 п.п.) после социальных сетей (+15,7 п.п.) и финансовых операций (+21,4 п.п.)⁴. Об использовании Интернета для покупки товаров или услуг сообщали 12,2% респондентов в 2013 г. и 18,9% — в 2017 г.

Сегмент интернет-торговли имеет большие перспективы расширения. В качестве потенциальных российских покупателей в данном формате можно рассматривать интернет-пользователей, численность которых в Российской Федерации растет. Из числа обследованных Росстатом в 2017 г. домашних

* — Статья из Мониторинга экономической ситуации в России «Тенденции и вызовы социально-экономического развития» № 12 (73) (июнь 2018 г.), размещенного на сайте Института экономической политики им. Е.Т. Гайдара.

¹ О чем говорят тренды // Макроэкономика и рынки. Апрель 2018 г. / Банк России. URL: http://www.cbr.ru/collection/collection/file/5913/bulletin_18-03.pdf

² По данным Ассоциации компаний интернет-торговли / АКИТ. URL: <http://www.akit.ru/оборот-российского-рынка-интернет-ри/>

³ По прогнозу Ассоциации компаний интернет-торговли / АКИТ. URL: <http://www.akit.ru/оборот-российского-рынка-интернет-ри/>

⁴ Обследование ИКТ проводится начиная с 2013 г. (в Республике Крым и г. Севастополе — начиная с 2015 г.).

хозяйств⁵ 76,3% имели доступ к Интернету, причем 72,6% — широкополосный. Вполне закономерно, что доступ выше среди горожан: значение этого показателя среди городских домохозяйств составило 79,5% против 66,5% в сельской местности.

Обратимся к более детальным характеристикам современного российского сегмента интернет-торговли. В 2017 г. он на 64% был представлен внутренней торговлей и на 36% — трансграничной (для сравнения: в 2013 г. при объеме интернет-торговли в 544 млрд. руб. 76% приходилось на внутреннюю торговлю и 24% — на трансграничную). Наиболее существенный вклад в увеличение объемов рынка в 2017 г. обеспечила трансграничная торговля, рост которой составил 24%, в то время как онлайн-продажи на внутреннем рынке выросли на 8%.

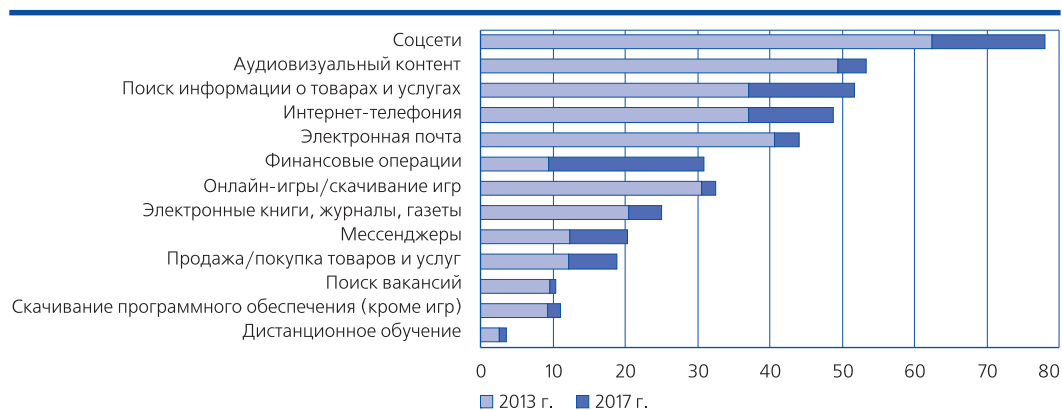
В товарной структуре интернет-торговли в 2017 г. наибольшую долю составляли продажи

бытовой техники и электротоваров (35% — на локальном рынке, 33% — на трансграничном), а также одежды и обуви (27 и 38%)⁶.

Основной объем импорта из зарубежных интернет-магазинов (91% посылок) поступает из Китая, 3% — из стран ЕС и 2% — из США. Распределение затрат россиян следующее: 53% приходится на Китай, 22% — на страны ЕС и 12% — на США. 61,4% от всех зарубежных трансакций приходится на покупки, стоимость которых не превышает 22 евро, и 22,2% — на покупки, стоимость которых находится в интервале от 22 до 50 евро.

По данным Росстата, четверо из пяти россиян в возрасте старше 15 лет хотя бы один раз совершали покупки в интернет-магазинах. При этом только за 2017 г. заказами товаров или услуг через Интернет воспользовались 32,6 млн. человек (36,4% всей интернет-аудитории в возрасте 15–74 лет). По сравнению с 2013 г. численность пользователей интернет-торгов-

Рис. 1. Доля населения, использовавшего Интернет, в разрезе целей его использования, в % от общей численности населения, использовавшего Интернет в течение последних трех месяцев



Источник: Выборочное федеральное статистическое наблюдение по вопросам использования населением информационных технологий и информационно-телекоммуникационных сетей (обследование ИКТ) / Росстат. URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/it/fed_nabl-croc/index.html

⁵ Выборочное федеральное статистическое наблюдение по вопросам использования населением информационных технологий и информационно-телекоммуникационных сетей (обследование ИКТ) / Росстат. URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/business/it/fed_nabl-croc/index.html

⁶ О чем говорят тренды // Макроэкономика и рынки. Апрель 2018 г. / Банк России. URL: http://www.cbr.ru/collection/collection/file/5913/bulletin_18-03.pdf

ли выросла почти вдвое (на 94%), а благодаря проникновению каналов широкополосной связи в сельскую местность число активных интернет-покупателей за тот же период в сельской местности увеличилось на 147,7%. Что касается изменения масштабов проникновения интернет-торговли, то с 17,9% в 2013 г. доля городского населения старше 15 лет, пользующегося Интернетом для заказа товаров или услуг, выросла до 32,6% в 2017 г.

Если анализировать другую часть российской аудитории старше 15 лет — тех, кто не использует Интернет для заказа товаров или услуг, можно обнаружить, что больше половины из них (54,5%) предпочитают традиционный способ совершения покупок, а практически 42% заявляют об отсутствии необходимости или интереса к совершению такого рода операций. Причем доля респондентов, разделяющих подобное мнение, одинакова среди городских и сельских жителей. В разрезе типов поселений расхождения в оценках среди сторонников отказа от совершения покупок в Интернете минимальны.

Другие мотивы отказа от покупок в подобном формате также весьма показательны. Так, 17,8% россиян в возрасте старше 15 лет, не использовавших Интернет для заказа товаров или услуг, заявляют об отсутствии доверия к такого рода покупкам. В частности, одними из наиболее значимых факторов сдерживания интернет-торговли в России являются отсутствие уверенности в надежности поставщика или транспортной организации, силами которой будет осуществлена доставка. Многочисленные жалобы на нарушение сроков поставки, пересортицу, несоответствие качества заявленному, повреждения при доставке подрывают доверие населения даже к добросовестным интернет-ритейлерам.

Примечательно, что уровень проникновения широкополосного Интернета и степень обеспеченности пользователей соответствующими устройствами не являются препятствиями для развития интернет-торговли в России: менее 1% респондентов указывают отсутствие

технической возможности или технические ограничения в качестве причины, по которой они не совершали заказ товаров или услуг через Интернет. Известно, что по данному параметру Россия превосходит большинство стран Европы и США. Более существенной проблемой является декларируемый в качестве сдерживающей причины недостаток навыков для заказа товаров или услуг через Интернет, о чем сообщают 5,3% городских жителей и 7,1% сельских из числа тех, кто не пользовался Интернетом для заказа товаров или услуг в 2017 г.

На протяжении длительного времени в России значимым фактором, ограничивавшим развитие интернет-торговли, был недостаточно высокий уровень развития платежной инфраструктуры. В значительной степени эту проблему удалось преодолеть, однако среди населения соответствующие сомнения еще актуальны. Так, 5,0% городских жителей и 3,6% сельских отказываются от совершения покупок в Интернете из-за опасений «скомпрометировать» свою платежную карту. Столь же распространенным является нежелание раскрывать в Сети персональные данные (в среднем 4,9% россиян старше 15 лет, не использовавших Интернет для заказа товаров или услуг в 2017 г.).

Если обратиться к фактору развития платежной системы, то среди значимых изменений, произошедших с 2013 г., можно назвать существенное увеличение доли банковских карт в совокупном объеме платежей за товары и услуги, заказанные через Интернет. Так, если в 2013 г. в структуре платежей преобладали наличные деньги, выдаваемые курьеру по факту доставки (45,4% респондентов упоминали их как основное средство платежа), а банковские карты использовались в 39,3% случаев, то к 2017 г. доля платежей наличными сократилась до 33,9%, тогда как платежи картами упоминали 75,9% опрошенных россиян.

Примечательна динамика различий в положении городских и сельских жителей применительно к способам оплаты покупок в интернет-магазинах. если в 2013 г. вторым по по-

пулярности способом совершения платежа в сельской местности был перевод через отделение Почты России (30,9%; банковская карта – 33,9%), то к 2017 г. платежи через Почту России использовал лишь каждый пятый житель сельской местности, а банковские карты стали в ней распространены практически в той же степени, что и в городе (71,5% против 76,7%).

Количество активных банковских карт в России на конец 2017 г. составляло 157,6 млн. единиц, что в 1,4 раза больше, чем в конце 2013 г., и в 2,8 раза, чем в конце 2008 г. При этом объемы операций выросли более существенно: в 2,1 раза с 2013 г. и в 6,8 раза с 2008 г.

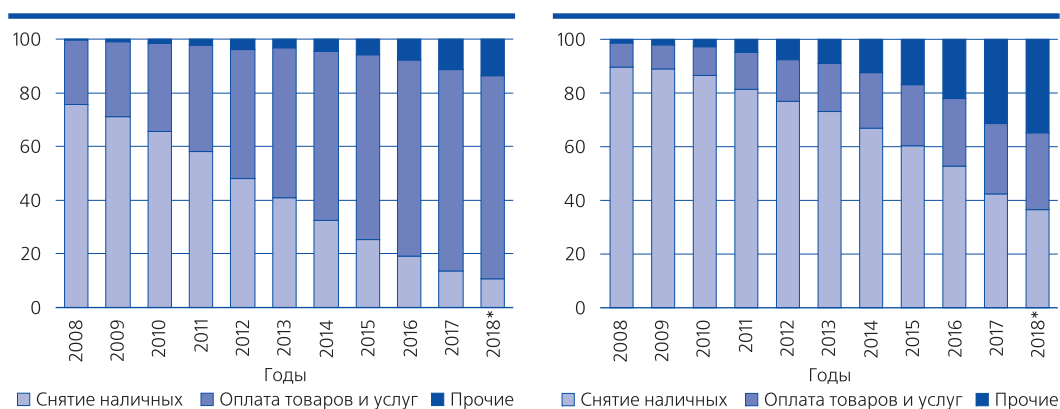
Рост числа карт в обращении сопровождается изменением их структуры. Так, если в 2008 г. 75,5% общего количества операций приходилось на снятие наличных, а на долю оплаты товаров и услуг – лишь 24,0%, то к 2012 г. эти величины сравнялись (48,2 и 48,0% соответственно), а в 2017 г. три четверти всех операций с использованием банковских карт были связаны с оплатой товаров или услуг. (См. рис. 2.) Это обстоятельство указывает на постепенный

отказ российского населения от наличного денежного оборота в пользу безналичного.

Однако с позиции стоимостного объема операций распределение долей пока не в пользу электронной оплаты покупок: в первом квартале 2018 г. лишь 28,6% совокупного объема транзакций было связано с оплатой товаров, тогда как на долю снятия наличных средств через банкоматы приходилось 36,6%. Также необходимо обратить внимание на рост доли прочих операций до 34,8% в общей стоимости совершенных с помощью банковских карт транзакций. Данные операции включают, помимо прочего, переводы между картами.

С точки зрения абсолютных значений примечателен тот факт, что в 2017 г. с помощью банковских карт было оплачено товаров и услуг на сумму 16 066,5 млрд. руб., а снято наличных средств через банкоматы в 1,6 раза больше (25 707,5 млрд. руб.). Тем не менее значимость электронных средств платежа в отечественной экономике стабильно растет. Если соотнести сумму средств, направленных россиянами на оплату товаров и услуг в стране и за рубежом с использованием банков-

Рис. 2. Удельный вес соответствующих операций в совокупном количестве (слева) и стоимостном объеме (справа) операций, совершенных с использованием банковских карт, в % к итогу



* – Данные за первый квартал.

Источник: Операции, совершенные на территории России и за ее пределами с использованием платежных карт, эмитированных кредитными организациями, по видам клиентов / Банк России. URL: http://www.cbr.ru/statistics/print.aspx?file=p_sys/sheet014_1.htm&pid=psrf&sid=ITM_48796

ских карт, с величиной розничного товарооборота и объемом платных услуг населению, то по данным за 2017 г., такое соотношение составит 41,6%. (Для сравнения: в 2013 г. оно составляло 16,9%, а в 2008 г. — 4,5%.)

Анализ представленных выше данных об активности использования россиянами банковских карт в разрезе регионов позволяет установить реальные масштабы межрегиональной дифференциации. Так, в первом квартале 2018 г. Москва и Московская область вместе взятые стали единственной в России территорией, где стоимостной объем операций по оплате товаров и услуг с помощью банковских карт превысил объемы снятия денежных средств через банкоматы (на 22%). В других же регионах стоимостные объемы транзакций по оплате товаров и услуг формируют не более 80% (Республика Коми) от объема снимаемой наличности, а минимальные значения составляют 4 и 5% соответственно в Чеченской Республике и в Республике Ингушетия. В среднем по стране в начале 2018 г. на один рубль, снятый через банкомат, приходилось 0,67 рубля, переведенных в оплату товаров и услуг.

Что касается частоты использования электронных платежных инструментов для оплаты товаров и услуг в сопоставлении с частотой транзакций по снятию наличных, только в семи регионах снятие наличных происходит чаще. Лидером по этому показателю является Москва, где на одну операцию снятия наличных приходится 20,7 транзакции по оплате товаров и услуг, тогда как в среднем по стране — 6,7.

Таким образом, в условиях развития интернет-торговли и платежей происходит динамичное изменение приоритетов потребителей, параметров частоты и количества потребления. Интернет-сегмент рынка в сравнении с традиционным обладает специфическими признаками и, хотя и характеризуется относительно небольшой долей, имеет существенный потенциал роста и способен стать фактором изменения объемов традиционного сегмента. Эти факторы вкупе с глобальным характером интернет-торговли требуют развития правовых норм и финансовых инструментов для регулирования данного сектора. ■