

УДК 004.7:339 (470)
ББК 32.202 (2Рос)
К 14

Казенов Е.А.

Аспирант кафедры экономической и социальной географии Северо-Осетинского государственного университета, Владикавказ, e-mail: e-kaz@rambler.ru

Географические особенности Интернет-торговли в России (Рецензирована)

***Аннотация.** Рассмотрены географические свойства рынка Интернет-торговли в России; выделены основные категории товаров и распределены по сегментам. Дан анализ развития рынка Интернет-торговли по регионам. Выявлены факторы, влияющие на развитие Интернет-торговли в России. Определена степень проникновения Интернета в России и выявлены географические особенности Интернет-торговли.*

***Ключевые слова:** географические свойства Интернет-торговли, Интернет, Россия, регионы.*

Kazenov E.A.

Post-graduate student of Economic and Social Geography Department of North-Ossetian State University, Vladikavkaz, e-mail: e-kaz@rambler.ru

Geographical specialities of Russian Internet market

***Abstract.** This paper shows geographical properties of Internet market in Russia. The main categories of products are allocated and divided by segments. The development of regional Internet markets is analyzed. The factors influencing the development of Internet market in Russia are uncovered. Extent of penetration of the Internet in Russia is defined and geographical features of Internet trade are revealed.*

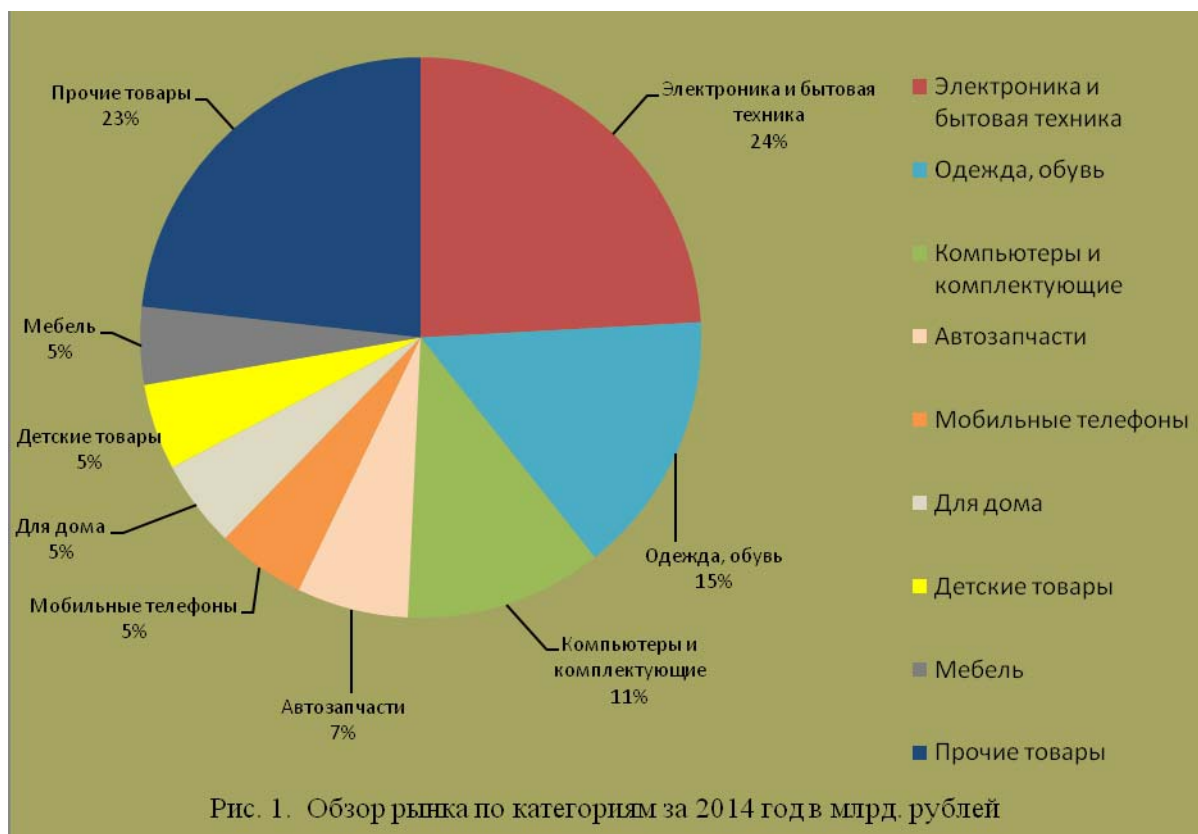
***Keywords:** geographical properties of Internet trade, Internet, Russia, regions.*

Интернет-торговля – это быстро развивающаяся отрасль во всем мире. Постоянно растет число потребителей, предпочитающих совершать покупки через Интернет. Покупки в Интернете – это экономия свободного времени, которого при нынешнем темпе жизни и так не хватает. Тенденция ухода в онлайн также связана с распространением смартфонов и приложений, с помощью которых человек может совершать покупки буквально на ходу. Интернет-торговля – достаточно новая сфера бизнеса для России. Наша страна в настоящее время еще отстает от других стран мира по уровню развития информационно-коммуникационных технологий, которые напрямую оказывают влияние на уровень экономического развития и конкурентоспособности страны.

InSales провела исследования, по результатам которых общий оборот средств на российском рынке Интернет-торговли за 2014 год достиг 612 млрд. рублей [1]. В 2013 году оборот средств был равен 470 млрд. рублей, то есть оборот Интернет-торговли в России демонстрирует рост на 31%. Растущая инфляция, всколыхнувшая российский рынок Интернет-торговли в последние месяцы 2014 года, ощутимо повлияла на рост объемов рынка, что компенсировало понижение количества заказов в целом. Экспертами ожидается рост этой отрасли экономики на 25–35% ежегодно, что, естественно, отчасти связано с инфляционным поднятием цен. Таким образом, прогноз на 2016 год показывает, что объемы средств в Интернет-бизнесе достигнут 1 трлн. рублей [2].

В 2014 году наибольшая доля рынка наблюдалась по разделу «Бытовая техника и электроника» (рис. 1). Заметные доли рынка принадлежали категориям «Компьютеры и комплектующие», «Одежда и обувь». Наиболее стремительный подъем в минувшем году отмечался в категории «Одежда и обувь» за счет ощутимого прироста дешевых заказов в Интернет-магазинах зарубежья. Следующими по объемам роста заказов стали категории стройматериалов, спортивного инвентаря и различного оборудования.

Москва по-прежнему осталась на лидирующих позициях – ее доля составила 40%. Объемы рынка, занимаемые 10 крупными городами, составили 71%, что на 1% больше их доли в 2013 году. Распределение неравномерное: Санкт-Петербург нарастил процентную долю с 9% до 11%, активный рост продемонстрировали Южный и Северо-Кавказский округа [1, 2].



В целом сохраняется существенный разрыв в активности использования Интернет-торговли между Москвой и Петербургом, с одной стороны, и остальной Россией, с другой стороны. Это разрыв одновременно означает и значительный потенциал для роста Интернет-торговли в регионах. Наибольший потенциал сейчас сконцентрирован в городах-миллионниках, поскольку накопленный там опыт пользования интернетом и уровень доходов создает больше, чем в малых городах, предпосылок для сокращения отставания от Москвы [3]. Более половины (54%) жителей Москвы и Санкт-Петербурга, пользующихся Интернетом, совершили хотя бы одну покупку материальных товаров за 2014 год. При этом для остальных городов-миллионников (мы относим к ним города с официальной численностью населения более 750 тысяч жителей) эта доля составляет всего 40% от числа Интернет-пользователей и 34% от населения этих городов. Доля онлайн-покупателей снижается по мере уменьшения населенного пункта, в котором живет человек, и для сельской местности число покупателей уже не превышает 17% от числа пользователей Интернета (9% от населения) [3].

В разных регионах России наблюдается дисбаланс в развитии рынка Интернет-торговли (рис. 2). На покупательский интерес влияют несколько факторов:

- проникновение высокоскоростного доступа в Интернет в крупные города;
- более высокий уровень дохода в мегаполисах;
- загруженность населения в крупных городах, покупки в Интернете позволяют экономить драгоценное время.

По состоянию на конец 2014 года уровень проникновения Интернета среди населения России в возрасте от 16 лет и старше составил 67,5%. Таким образом, аудитория Интернета 16+ в России превысила 80 млн. человек. В 2013 году уровень проникновения составил 57,1%, в 2012 году – 52,6%, в 2011 году – 44%. «Высокие темпы прироста онлайн-аудитории в России обеспечило активное распространение мобильных устройств», – сделали вывод аналитики GfK. К концу 2014 года аудитория пользователей Интернета на смартфонах достигла 21 млн. человек (17,6% населения 16+ в сравнении с 11,9% в 2013 году), а количество Интернет-пользователей на планшетах выросло за год более чем в два раза – с 3,5% в 2013 году до 8,4% в конце 2014 года – и достигло 10 млн. человек.



Наиболее высокий уровень проникновения Интернета – в Москве (81% населения 16+). В крупных городах этот показатель составляет 71%, а в малых городах и селах – 62%. Проникновение Интернета среди молодых россиян (16–29 лет) достигло почти предельного значения – 96%. «Поэтому рост аудитории интернета происходит преимущественно за счет увеличения доли пользователей среднего и старшего возраста», – отметили в GfK. Среди людей среднего возраста (30–54 года) Интернетом в России пользуются 79% (рост 23% по сравнению с 2013 годом). Среди людей старшего возраста (55+) Интернетом пользуются 25% (рост 46% по сравнению с 2013 годом) [4]. Показатели проникновения Интернета в крупных городах намного выше, чем в других регионах нашей страны. В ближайшие годы показатели по рынку Интернет-торговли в России будут значительно увеличиваться, наблюдается положительная тенденция роста объемов рынка. От развитой Интернет-инфраструктуры зависит в большей степени и развитие Интернет-торговли в России.

Интернет-магазинам в России необходимо планировать свою деятельность не только на определенные группы покупателей, но и на конкретную географическую местность. Россия – огромная страна, и при создании Интернет-магазина необходимо учитывать много моментов. Это и разнообразие географических зон, и большое число народностей, и наличие часовых поясов.

В России, надо отметить, недостаточно развита система доставки. Это связано с тем, что между регионами большое расстояние. Доставка – один из главных факторов отказа работы Интернет-магазина по всей территории страны. Поэтому некоторые Интернет-магазины предпочитают работать локально, так как стоимость доставки может значительно превышать стоимость товара в несколько раз. Не во все регионы нашей страны можно осуществить доставку в разное время года, она становится очень дорогой для покупателя. Кроме того, осуществить доставку не всегда возможно или просто невыгодно из-за небольшого количества заказов.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что Интернет-торговля в России только начинает развиваться. С каждым годом появляется все больше желающих приобрести что-

либо через Интернет-магазин. Количество пользователей и количество Интернет-магазинов в стране с каждым днем увеличивается. Основными препятствиями к развитию Интернет-торговли в России являются доставка и месторасположение пользователей в разных регионах страны.

Примечания:

1. Аналитический бюллетень Insales 2015: Рынок Интернет-торговли в России 2014 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.insales.ru/> (дата обращения: 20.05.2015)
2. Рынок Интернет-торговли в России. Статистика Интернет-магазинов. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://marketingup.ru/blogs/rynok-internet-torgovli-v-rossii-statistika-internet-magazinov> (дата обращения: 18.08.2015)
3. Интернет-торговля в России 2014 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.datainsight.ru>
4. Аудитория Интернета в России. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.cnews.ru/news/top/auditoriya_interneta_v_rossii_prevysila

References:

1. Insales Analytical Bulletin 2015: The market of the Internet sales in Russia in 2014. [Electronic resource]. Available at: <http://www.insales.ru/> (accessed on 20 May 2015)
2. The market of the Internet sales in Russia. Statistics of online stores. [Electronic resource]. Available at: <http://marketingup.ru/blogs/rynok-internet-torgovli-v-rossii-statistika-internet-magazinov> (accessed on 18 August 2015)
3. Internet sales in Russia in 2014. [Electronic resource]. Available at: <http://www.datainsight.ru>
4. Internet audience in Russia. [Electronic resource]. Available at: http://www.cnews.ru/news/top/auditoriya_interneta_v_rossii_prevysila