

Новичкова Е.А.

*Научный руководитель: канд. экон. наук, доцент В. В. Федина  
Муромский институт (филиал) федерального государственного образовательного  
учреждения высшего образования «Владимирский государственный университет  
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»  
602264, г. Муром, Владимирская обл., ул. Орловская, 23  
E-mail: elena.novichkova99@gmail.com*

### Развитие Интернет-торговли в современных условиях

Неотъемлемой частью современной экономики является оптовая и розничная торговля. В данной статье анализируется торговая деятельность в современных рыночных условиях и её роль в экономике. Рассматриваются различные способы привлечения потребителей предпринимателями. Особое внимание уделяется такому современному варианту торговых отношений как Интернет-торговля, а также рассматривается её влияние на товарооборот.

В связи с тем, что в настоящее время происходит бурное развитие рыночных отношений, а также реализация экономических реформ, обоснованных на законодательных нормах и правилах, торговля, как оптом, так и в розницу, всё больше начинает относиться к передовым видам деятельности, которые затрагивают абсолютно все слои населения. Актуальность данной темы обусловлена тем, что в связи с карантином во всём мире, торговля начинает обеспечивать рабочими местами всё большую часть безработного трудоспособного населения, имея самый высокий уровень занятости среди других отраслей [2].

В настоящее время торговля развивается достаточно быстро и имеет положительные перспективы в будущем, ведь всего десять лет назад полки в магазинах выглядели совершенно иначе, а интернет-продажа только набирала свои обороты и развивалась в медленном темпе. Сейчас же современная экономика развивается в быстром темпе, а предприниматели находят для себя новые пути ведения бизнеса и его организации, развивая свои горизонты и увеличивая продажи. При этом со стороны государства постепенно стал пропадать тотальный контроль, частный сектор стал становиться все более свободным и независимым.

Состояние развития торговли как розничной, так и оптовой отражается числом и составом предприятий и организаций, которые участвуют в продаже продукции конечным потребителям, т.е. покупателям [1]. В Российской Федерации торговля осуществляется всевозможными типами торговых предприятий. Сейчас в состав торговых организаций входят специализированные и неспециализированные магазины, но при этом можно наблюдать ежегодное повышение внемагазинных форм торговой деятельности: по почте, заказы через телемагазины, покупки в Интернете и др. В частности, такое сильное повышение произошло за последние несколько лет, связанное с возникновением большого числа Интернет-магазинов. Особенно сильная потребность в покупках через Интернет наблюдалась в период карантина в 2020 году (весна-лето), когда большинство потребителей сидело дома на самоизоляции.



Рис. 1 – Интернет-продажи в России. Аналитика

Выше приведена статистика Интернет-торговли в России за период 2011-2019 гг. (рис. 1.). По прогнозам Института Гайдара российский торговый рынок Интернет коммерции к 2024 году должен будет достигнуть 3491 млн. руб., что практически в 2,2 раз превышает значение 2019 года, где онлайн-продажи достигли стоимости в 1620 млн. руб. [3]. Это не удивительно, ведь в современном мире потребителям проще заказать товар через Интернет-магазин, не выходя из дома.

В связи с тем, что современная экономика развивается достаточно быстро, предприниматели начинают расширять свои горизонты, открывая для себя современные пути ведения бизнеса. Информационные технологии и Интернет все более входят в нашу жизнь и становятся обычным делом, а в связи со всем этим начинают создаваться новые условия для организации бизнеса. Например, создаются новые предложения на основе спроса потребителей, возникают принципиально новые товарные рынки, а также формируется большой спрос на товары и услуги новейшего типа.

В настоящее время торговля претерпевает значительные изменения: Интернет-продажи усиливают свои позиции в связи с ограничениями Правительства РФ на выход потребителей из дома. Сейчас стало проще заказать товары на дом, чтобы не тратить лишнее время на походы в супермаркеты, где помимо всех необходимых товаров в корзине потребителя окажется еще несколько товаров, покупка которых не была запланирована. В период самоизоляции некоторые слои населения (пенсионеры и люди в возрасте) не имели возможности выходить в магазины за товарами первого спроса. Товарооборот в магазинах потихоньку стал снижаться, в связи с чем предприниматели задумались о том, как изменить данную ситуацию в положительном направлении. В связи с этим во многих магазинах начали появляться курьерские доставки товаров: любой потребитель мог оставить свою заявку на Интернет-сайте того или иного магазина, после чего производился сбор и доставка товаров. А также можно было на сайте собрать свою потребительскую корзину, после чего самому приехать и забрать весь оплаченный товар. Это значительно сокращает время потребителей, а качество обслуживания остаётся на высшем уровне. Такое преобразование рынка торговли имеет современный формат направления, определяя новые тенденции в будущее. Так, например, сеть магазинов «Пятёрочка», которые находятся абсолютно в каждом городе России, открыла новый сервис по доставке товаров из различных Интернет-магазинов от X5 RetailGroup под названием «5post».

Таким образом, исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод о том, что развитие торговли, как в целом, так и по отдельным направлениям имеет огромное значение для экономики страны и её отдельных регионов. Невзирая на все кризисные моменты и ситуации, данная сфера экономики бурно развивается, что видно по растущему уровню товарооборота. Происходит привлечение иностранных инвесторов за счет постоянных положительных изменений в сфере торговли, что, однозначно, имеет характер положительной направленности для того, чтобы развивать экономику страны. Стала активно развиваться продажа контента различных сфер – информационного, развлекательного, образовательного и научного. В настоящее время стали появляться более новые формы торговли. Одной из них является франчайзинг – это обеспечение постоянных поставок и предоставление выработанной схемы продаж.

#### Литература

1. Элияху, Голдратт Я так и знал! Розничная торговля и Теория ограничений / ГолдраттЭлияху, ЭшколиАйлан, Джо Лир Браун; перевод А. Ширикова. — Москва: Альпина Паблишер, 2019. — 168 с. — ISBN 978-5-9614-6682-9;
2. Шептухина, И. И. Международная торговля и торговая политика: учебное пособие / И. И. Шептухина. — Самара: Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2016. — 67 с. — ISBN 2227-8397;
3. Официальный сайт РБК – [<https://www.rbc.ru/>]