

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра экономической теории и
национальной экономики

**Тенденции и тренды развития рынка электронной коммерции на
примере торговой площадки Wildberries**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 4 курса 412 группы
направления 38.03.01 «Экономика»
профиль «Экономика предприятий и организаций»
экономического факультета
Майоровой Дарьи Сергеевны

Научный руководитель:
доцент, к.э.н.

Е.В. Порезанова

подпись, дата

Зав. кафедрой экономической
теории и национальной
экономики, доцент, к.э.н.

Е.В. Огурцова

подпись, дата

Саратов 2025

ВВЕДЕНИЕ. Интернет-торговля является крупнейшим сегментом внемагазинной формы торговли. Динамика рынка определяется увеличением доли пользователей, которые входят в интернет именно для выбора или заказа товаров. Как следствие, такой глобальный тренд как электронная коммерция становится распространенным и прибыльным способом ведения бизнеса. Экспансия электронной торговли оказывает влияние на растущий интерес маркетологов относительно совершенствования методов продвижения компаний, функционирующих в сети Интернет. Внедрение цифровых технологий в процесс закупок позволяет предприятиям оптимизировать свои затраты, повысить прозрачность и эффективность снабжения, а также сократить издержки. Исследование этого направления помогает организациям выявить наиболее эффективные инструменты и практики для достижения конкурентных преимуществ.

Целью данной работы является анализ текущих тенденций и трендов развития рынка электронной коммерции, а также выявление ключевых факторов, определяющих их развитие.

Для достижения поставленной цели, в работе поставлены следующие задачи:

- рассмотреть понятие и виды электронной коммерции;
- выявить особенности развития электронной торговли в России;
- исследовать тенденции и перспективы развития электронной торговли в России.

Объектом исследования является крупнейший маркетплейс в России, специализирующийся на продаже товаров различных категорий, включая одежду, обувь, бытовую технику и электронику, товары для дома, косметику и др.

Предметом исследования выступают тенденции, тренды и факторы развития электронной коммерции, а также их влияние на деятельность предприятий.

Теоретической и методологической основой исследования являются труды отечественных и зарубежных ученых в области экономики, управления заказами, маркетинговых исследований рынка. Информационно-эмпирическую базу исследования составили законодательные и нормативные акты Российской Федерации, данные Федеральной службы государственной статистики, данные бухгалтерского и статистического учета и отчетности ООО «Wildberries».

Практическая значимость выпускной квалификационной работы заключается в том, что ее результаты могут быть использованы предприятиями различных отраслей для разработки стратегий развития, повышения эффективности закупочной деятельности и адаптации к изменениям на рынке электронной коммерции.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ. Электронная коммерция (e-commerce) — это часть цифровой экономики, охватывающая финансовые и торговые операции через компьютерные сети, а также связанные бизнес-процессы. Преимущество e-commerce — отсутствие географических ограничений, что позволяет продавать товары и услуги по всему миру.

Истоки электронной коммерции начались в 1960-х годах с внедрения систем электронного обмена данными (EDI), а в 1970-х появились первые дистанционные финансовые услуги. В 1980-х для покупок использовались почтовые заказы и каталоги, а появление интернета в конце 1980-х — начале 1990-х стало ключевым этапом, открывшим путь для интернет-магазинов.

В 2000-х технология и развитие платежных систем, таких как PayPal, сделали онлайн-торговлю доступной и безопасной. В настоящее время e-commerce охватывает множество секторов и предоставляет широкие возможности для бизнеса и потребителей.

Однако развитие электронной коммерции сопровождается проблемами: угрозами кибербезопасности, сложностями в логистике, недоверием потребителей и юридическими трудностями международного регулирования.

Для дальнейшего роста необходимы повышение безопасности, улучшение сервиса и адаптация к законодательству.

Несмотря на существующие проблемы, перспективы электронной коммерции остаются положительными. Развитие технологий, интернета и изменения в поведении потребителей способствуют активному росту онлайн-торговли, которая становится частью повседневной жизни. Для успешного развития компаниям необходимо адаптироваться к рынку, учитывая важность безопасности данных и качества обслуживания для формирования доверия потребителей.

Электронная торговля расширяет возможности бизнеса — интернет-магазины позволяют продавать товары по всей стране без открытия филиалов, а малому бизнесу удобно использовать маркетплейсы. Автоматизация процессов, таких как обработка заказов и повторные маркетинговые акции, стимулирует возврат клиентов.

К электронной коммерции относятся: электронный обмен информацией (EDI), движение капитала (EFT), e-trade, электронные деньги, маркетинг, банкинг, страховые услуги и другие направления.

В зависимости от объекта продажи e-commerce включает: онлайн-магазины товаров, маркетплейсы (Amazon, Wildberries), сервисы ПО (GooglePlay, AppStore), b2b-платформы (CRM-системы, бухгалтерия), финансовые системы (PayPal, YooMoney), курьерские службы, логистику, интернет-маркетинг и транспортные сервисы (Яндекс Такси, Uber).

По конечным потребителям выделяют:

- B2B — бизнес для бизнеса (продажа ПО и услуг другим компаниям),
- B2C — бизнес для потребителя (например, онлайн-магазины одежды и товаров),
- C2B — потребитель для бизнеса (фрилансеры, продающие услуги компаниям).

Электронная торговля охватывает широкий спектр проектов — от небольших интернет-магазинов в соцсетях до крупных международных платформ и стриминговых сервисов. Примеры успешных проектов: Яндекс Маркет, Wildberries, eBay и Amazon.

Рынок электронной коммерции в России существенно уступает зарубежным по объему, посещаемости сайтов и уровню сервиса. Основные причины отставания связаны с недостаточной конкурентоспособностью продукции, неэффективной логистикой, ограниченным разнообразием рекламы и высокой себестоимостью товаров.

Пандемия COVID-19 стала важным фактором ускорения роста онлайн-продаж: за период изоляции к интернет-покупкам присоединились свыше 10 млн новых пользователей, увеличилась частота покупок, особенно в сегменте товаров повседневного спроса.

Для сокращения разрыва с зарубежными рынками необходимо разработать программы лояльности, внедрять системы отзывов и повышать качество сервиса. Также важны инновации в логистике, оптимизация затрат и повышение конкурентоспособности продукции. Конкуренция в российском онлайн-ритейле высока, поэтому внимание покупателей привлекают не только цена, но и репутация, отзывы и ассортимент.

Обратная связь улучшает восприятие продукции интернет-магазина. Таргетированная реклама позволяет эффективно находить целевую аудиторию и сейчас широко востребована в электронной коммерции. Информативный и структурированный сайт с визуализацией товара способствует росту продаж и удобству покупателей. Комплексный подход и широкий выбор продукции повышают привлекательность площадки.

Эти факторы способствуют популяризации онлайн-ритейла, увеличению доходов интернет-магазинов, снижению расходов потребителей и росту товарооборота.

Рынок электронной торговли в России динамично развивается, отличается высокой конкуренцией и перспективностью, что требует новых методов повышения продаж и товарооборота. По данным e-commerce DB, Россия занимает 14-е место в мире с прогнозом дохода в 42,46 млрд долларов в 2023 году, при ожидаемом снижении среднего чека на 20%, но с ростом количества заказов до 4,6 млн.

Объём рынка e-commerce в 2023 году оценивается в 7,4 трлн рублей, с заметным ростом заказов по сравнению с 2018-2021 годами (рост заказов более чем в 2 раза). В электронной торговле появились сервисы для онлайн-регистрации торговых марок. Покупательское доверие растёт к магазину, а не только к бренду.

Наиболее популярные сегменты по числу покупателей — электроника (53 млн), мода (50 млн), игрушки и хобби (41 млн), красота и здоровье (33 млн). Основные драйверы онлайн-покупок — бесплатная доставка (63,3%), отзывы (47,2%), скидки и акции (42,3%), простой возврат (37,3%) и удобный чекаут (31,5%).

Лидерами рынка являются Wildberries, OZON, Яндекс.Маркет, DNS и Ситилинк, на долю первых двух приходится 74% онлайн-заказов в 2022 году. Развитие маркетплейсов стимулирует рост агентств и сервисов по их продвижению.

Мультиплатформенность повышает оборот магазинов в 1,5–2 раза, что делает интеграцию с маркетплейсами, соцсетями и рекомендательными сервисами обязательной для успешного бизнеса

Современный рынок электронной коммерции продолжает расти, несмотря на замедление после периода пандемии. Российский рынок следует мировым тенденциям с отставанием в 2–3 года.

Ключевые тренды — омниканальность, персонализация, мобильная коммерция и оптимизация интерфейсов. Покупатели ориентируются на широкий выбор, выгодные цены и удобство доставки, сочетая разные каналы

для покупок. Персонализация улучшает пользовательский опыт и повышает лояльность, что подтверждают примеры крупных компаний.

Мобильная коммерция развивается как отдельная сфера, предоставляя быстрый и удобный способ покупки через приложения с минимальными действиями пользователя. Важную роль играют удобные интерфейсы и новые инструменты стимулирования продаж, включая альтернативные способы оплаты.

Для успешного развития e-commerce в России важно интегрировать омниканальные стратегии, персонализированные предложения, мобильные решения и инновационные формы оплаты.

В работе был использован аналитический подход к рассмотрению компании Wildberries. Общество с ограниченной ответственностью Wildberries — крупный российский интернет-магазин, работающий почти 20 лет и специализирующийся на продаже одежды, обуви, бытовой техники, товаров для детей и дома.

Wildberries стал лидером российского рынка интернет-торговли к 2016 году с оборотом 45,6 млрд рублей и крупнейшим распределительным центром в РФ. Wildberries внедрил новые услуги — продажу продуктов питания, покупку в рассрочку и кредит, эксклюзивные договоры с брендами (например, Mexx).

В 2022 году компания ввела платный возврат для покупателей и увеличила гарантийный взнос для продавцов, что вызвало протесты и переговоры с ФАС, завершившиеся отменой части штрафов.

Wildberries продолжает динамично развиваться, расширять ассортимент и географию, оставаясь ключевым игроком на рынке электронной коммерции России и СНГ.

В работе были рассмотрены финансовые результаты за 2011-2023 г. г. (табл. 1).

Таблица 1-Данные о финансовых результатах компании за 2011-2023 г. г.

Наименование показателя	Сумма, тыс. рублей				Абс. изм. за 3 года	Отн. изм. За 3 года
	2011	2021	2022	2023		
Выручка	2 715 673	224 940 746	317 212 888	538 731 599	313 790 853	139,5%
Себестоимость	1 913 740	103 362 899	101 202 381	179 551 104	76 188 205	73,7%
Валовая прибыль (убыток)	801 933	123 738 365	189 551 603	359 180 495	235 442 130	190,25%
Коммерческие расходы	705 949	91 442 524	158 699 133	316 178 508	224 735 984	245,76%
Управленческие расходы	36 803	321 411	253 532	433 376	111 965	34,85%
Прибыль (убыток) от продаж	59 181	31 974 430	30 598 938	42 568 611	10 534 181	32,95%
Проценты к получению	6 575	50 797	87 786	188 963	138 166	271,95%
Проценты к уплате	17 594	2 467 261	7 022 648	12 167 988	9 700 727	393,25%
Прочие доходы	13 685	3 705 870	6 633 269	15 659 471	11 953 601	322,5%
Прочие расходы	11 713	16 062 507	17 976 926	21 416 905	5 354 398	33,33%
Прибыль (убыток) до налогообложения	50 134	17 201 329	13 320 419	24 832 152	7 630 823	44,38%
Налог на прибыль	10 027	3 138 120	2 208 711	5 147 080	2 008 960	64,04%
Чистая прибыль	41 128	14 062 117	10 112 566	18 914 205	4 852 088	34,5%

В 2023 году выручка компании выросла на 139,5% и составила 538,7 млрд рублей, что свидетельствует о значительном росте бизнеса.

Проведен расчет рентабельности продаж, который показал эффективность использования ресурсов и прибыльность отдельных товарных позиций в табл. 2.

Таблица 2 – Показатели рентабельности компании за 2021-2023 г. г.

Показатель	2021	2022	2023
Рентабельность продаж	6.3%	3.2%	3.5%
Рентабельность активов	11.7%	6.3%	7.0%
Рентабельность собственного капитала	58.4%	29.6%	43.4%

Wildberries в 2024 году вложит 103,5 млрд рублей в строительство складов общей площадью 2,5 млн кв. м в Московском регионе и крупных городах России. К началу 2023 года совокупная площадь логистики составила около 2,8 млн кв. м. В странах СНГ открываются и расширяются логистические центры, а для местных предпринимателей доступны новые условия приёмки товаров.

Компания сильно зависит от заемного капитала — собственные средства составляют лишь 20,65% от капитала (около 10,9 млрд рублей). Несмотря на это, Wildberries демонстрирует стабильный рост продаж и прибыли благодаря снижению торговых комиссий и развитию логистики и IT.

Анализ показывает устойчивый спрос на разнообразные сегменты рынка электронной торговли, подчеркивая важность маркетплейсов для экономики России и перспективы дальнейшего развития отрасли.

В условиях цифровой эпохи маркетинг трансформируется в цифровой, что способствует развитию маркетплейсов — онлайн-платформ для торговли товарами и услугами. Российские потребители всё активнее выбирают покупки

в интернете из-за удобства и широкого ассортимента на таких площадках, как Wildberries, AliExpress, Ozon и другие. Рост конкуренции требует новых стратегий продвижения, включая улучшение мобильных платежей, геолокационную рекламу, оптимизацию мобильных приложений и использование мультиканального маркетинга.

Особое внимание уделено многоуровневому подходу Wildberries к продвижению, который сочетает социальные сети, контент-маркетинг и классические каналы (радио, телевидение). Такой комплексный маркетинг обеспечивает высокую вовлечённость пользователей и рост конверсии.

В работе подчеркивается важность постоянного совершенствования платформы — улучшения функционала, оптимизации пользовательского опыта, расширения сервисов для продавцов и покупателей. Отмечается роль аналитики и персонализации в повышении эффективности продаж.

Перспективы развития рынка электронной коммерции связаны с дальнейшей цифровизацией торговли, увеличением мобильного трафика, развитием логистики и интеграцией новых сервисов, что создаёт предпосылки для устойчивого роста маркетплейсов, включая Wildberries.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ. Актуальность темы обусловлена стремительным ростом рынка электронной коммерции, который за последние годы приобрёл статус одного из ключевых секторов розничной торговли. Развитие интернет-технологий и изменение привычек потребителей способствовали переходу значительной доли покупок в онлайн. При этом торговая площадка Wildberries занимает лидирующие позиции на российском рынке и является удачным примером успешной реализации современных трендов.

Успех компании во многом зависит от баланса между прибыльностью и интересами экосистемы, развития логистики, расширения ассортимента и внедрения новых технологий. Для конкурентоспособности важны маркетинговые стратегии, программы лояльности, удобство сайта и

таргетированная реклама. Ключевые критерии выбора интернет-магазина — доступные цены и удобство покупки.

В теоретической части дипломной работы рассмотрены основные тенденции и тренды развития рынка электронной коммерции в России, с акцентом на роль маркетплейсов в современной экономике. Дана характеристика ключевых факторов, влияющих на рост электронной торговли, а также описание специфики предпринимательской деятельности в цифровой сфере.

В практической части исследования на примере торговой площадки Wildberries проанализированы механизмы функционирования и развития крупнейшего российского маркетплейса. Особое внимание уделено влиянию электронной коммерции на малый и средний бизнес, который благодаря таким платформам получает новые возможности для выхода на рынок и расширения клиентской базы.

Таким образом, рассматриваемый на примере Wildberries рынок электронной коммерции в России демонстрирует значительный потенциал роста и становится важным драйвером регионального и национального экономического развития.