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

Кафедра экономической теории
и национальной экономики

Развитие электронной торговли (на примере ООО «Вайлдберриз»)

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студента 4 курса 412 группы
направления (специальности) 38.03.01 Экономика
Экономический факультет
Видяйкина Артёма Олеговича

Научный руководитель

к.э.н., доцент

должность, уч. степень, уч. звание

_____

дата, подпись

О.Ю. Челонокова

инициалы, фамилия

Заведующий кафедрой

к.э.н., доцент

должность, уч. степень, уч. звание

_____

дата, подпись

Е.В. Огурцова

инициалы, фамилия

Саратов 2025 год

Введение. Современные глобальные тенденции демонстрируют активное внедрение цифровых технологий во все сферы общественной жизни, и Российская Федерация не остаётся в стороне от этого процесса. Развитие электронной торговли представляет собой не только экономический, но и социальный феномен, связанный с цифровизацией предпринимательства, внедрением инновационных бизнес-моделей и формированием адаптивной инфраструктуры, поддерживающей рост данной сферы хозяйственной деятельности. Изучение цифровой трансформации в сфере электронной коммерции приобретает особую актуальность в контексте масштабного перехода к цифровой экономике, что, в свою очередь, обуславливает необходимость разработки новых методологических и регуляторных подходов к развитию отрасли.

Актуальность темы исследования. Сфера электронной торговли в России считается одной из наиболее быстро развивающихся. Несмотря на некоторое замедление темпов прироста по сравнению с предыдущими годами, показатели роста российского рынка электронной торговли превышают среднемировые значения. Ожидается, что к 2030 году объём данного рынка в России увеличится до 32-35 трлн руб., что в 2,6-2,8 раза превышает объём рынка интернет-торговли по состоянию на 2024 год.

В условиях экономических санкций, геополитической нестабильности, а также пандемии COVID-19, электронная торговля стала одним из ключевых факторов экономического роста, стимулируя развитие внутреннего рынка, создание новых рабочих мест, расширение доступа к товарам и услугам, а также рост сопутствующих отраслей, таких как логистика и информационные технологии. Способность электронной торговли менять потребительские привычки также является одним из обоснований актуальности данной темы исследования.

Целью исследования является анализ развития электронной торговли как самостоятельной отрасли экономики. Таким образом, её раскрытие происходит путём решения следующих задач:

1. изучить и систематизировать основные понятия электронной торговли;
2. исследовать факторы и этапы развития электронной торговли в России и мире;
3. определить перспективы и тенденции развития электронной торговли в России;
4. оценить финансово-экономическое состояние ООО «Вайлдберриз»;
5. провести анализ эффективности деятельности ООО «Вайлдберриз»;
6. определить перспективы и тенденции развития ООО «РВБ», влияние организации на рынок электронной торговли в России.

Материалы исследования включают в себя отчеты о финансовых результатах и данные бухгалтерского баланса ООО «Вайлдберриз» и ООО «РВБ» за период с 2022 по 2024 год, профильные статьи, данные российских и зарубежных отраслевых аналитических агентств, материалы СМИ, нормативно-правовые акты.

Структура выпускной квалификационной работы. Выпускная квалификационная работа состоит из введения, главы 1 – «Теоретические основы развития электронной торговли», состоящей из трех параграфов, главы 2 – «Анализ развития электронной торговли на примере ООО «Вайлдберриз», состоящей из трех параграфов, заключения, а также списка использованных источников.

Основное содержание работы. В первой главе работы исследуется сущность, этапы эволюции и современные тенденции электронной торговли как ключевого элемента цифровой экономики.

Раскрывается многогранность понятия «электронная торговля», подчеркивается отсутствие единого законодательно закрепленного определения

Российской Федерации, при этом выделяется его трактовка в международных документах, например, соглашения ЕАЭС от 2025 года. Электронная торговля рассматривается как комплексная система дистанционных сделок, реализуемых через цифровые платформы, с акцентом на тождественность терминов «электронная торговля» и «электронная коммерция».

Особое внимание уделено маркетплейсам как доминирующей модели современной онлайн-торговли, занимающей 66% объема российского рынка в 2024 году. Анализируются ключевые признаки маркетплейсов: мультивендорность, интеграция логистических и платежных сервисов. Приводится классификация маркетплейсов по моделям взаимодействия между продавцом и покупателем (B2C, B2B, C2C, C2B), по организационной структуре (горизонтально- и вертикально-ориентированные платформы), по товарному ассортименту (категории FMCG, электроника, DIY и прочие), логистическим моделям (FBS, FBO, DBS).

Подчеркивается роль маркетплейсов в формировании экосистемы электронной торговли, сочетающей технологические, экономические и социальные аспекты.

В работе представлена периодизация развития электронной торговли, выделяются шесть ключевых этапов:

1. электронная торговля до появления сети Интернет (1960 г. - начало 1990-х годов);
2. формирование интернет-торговли (1990-е годы);
3. экспансия цифрового рынка (2000-е годы);
4. развитие мобильной электронной торговли (2010-е годы);
5. электронная торговля во время пандемии COVID-19 (2020 - 2021 гг.);
6. современный этап развития электронной торговли (2022 г. – н.в.).

Проанализированы наиболее важные факторы развития отрасли: создание первых телекоммуникационных систем, позволивших совершать покупки на

расстоянии, создание Интернета, цифровизация платежей благодаря созданию таких сервисов как PayPal и WebMoney, основание первых крупных маркетплейсов, появление и распространение смартфонов.

Рассматривается динамика объема российского рынка онлайн-торговли. За период с 2019 по 2024 год объем рынка увеличился в 7,5 раз и составил 12,6 трлн руб. При этом в 2024 году на онлайн-продажи приходилось 23% от всех розничных продаж в стране.

Выявлены ключевые тенденции развития отрасли, технологические, социальные и рыночные факторы, способствующие увеличению объема продаж через Интернет. Технологические факторы включают в себя повсеместное внедрение технологий искусственного интеллекта (ИИ), выражающееся в улучшении персонализации торговых предложений для клиентов, а также в оптимизации логистических процессов на основе анализа больших данных и прогнозирования. Социальные факторы, такие как рост доверия к онлайн-покупкам и переход на локализацию ассортимента в регионах, также способствуют развитию и трансформации отрасли. Наконец, рыночные факторы, такие как лидирующая роль маркетплейсов в структуре электронной торговли и развитие нишевых интернет-магазинов оказывают серьезное влияние на функционирование онлайн-торговли.

Выделены три сценария развития отрасли электронной торговли в России на период до 2030 года:

1. базовый, предполагающий увеличение объемов рынка до 32,3 трлн рублей за счет развития маркетплейсов;
2. «американский», основанный на усилении роли независимых, нишевых площадок;
3. оптимистичный, прогнозирующий рост объемов рынка до 35,2 трлн руб.

Во второй главе работы проведен комплексный анализ развития ООО «Вайлдберриз» на основе ключевой информации о деятельности организации за

ряд лет. Большое внимание уделено слиянию организации с ООО «СТИНН» в 2024 году, которое привело к созданию совершенно новой организации ООО «РВБ», ставшей правопреемником важнейших активов Wildberries.

Проанализирована совокупность количественных и качественных характеристик, отражающих способность организации выполнять обязательства, обеспечивать устойчивое развитие, генерировать прибыль и эффективно использовать капитал. Были проведены горизонтальный и вертикальный анализы ОФР за период с 2022 по 2024 год, а также горизонтальный и вертикальный анализы бухгалтерского баланса за аналогичный период. Особое внимание уделено эффекту от образования ООО «РВБ» и сравнению результатов деятельности новой организации с ООО «Вайлдберриз».

В 2023 году у ООО «Вайлдберриз» выручка выросла на 70% до 538,7 млрд руб., в основном за счет роста агентского вознаграждения (+106,4%), экспортных продаж (+644,5%) и рекламных услуг (+269,5%). Прибыль от продаж увеличилась на 39,1%, чистая прибыль – на 87,1%. Однако себестоимость продаж увеличилась на 40,6%, а коммерческие расходы на 99,2% из-за значительного роста затрат на оплату труда (+85,5%), транспорт (+128,4%) и хранение (+258,6%). В структуре выручки доля агентского вознаграждения выросла до 41,1%, экспортных продаж до 15,8%, рекламных услуг до 8,5%, тогда как доля розничных продаж снизилась до 22,6%. Доля прибыли от продаж в выручке снизилась до 7,9%. Активы компании выросли на 65,5%, пассивы также увеличились, включая рост капитала на 55,2%, появление в балансе краткосрочных займов в размере 164.5 млрд руб. и рост кредиторской задолженности на 27,9%. В структуре активов доля запасов снизилась до 29,81%, а доля дебиторской задолженности выросла до 39,79%. Доля собственного капитала в пассивах снизилась до 15,80%, доля краткосрочных займов составила 49,10%.

В 2024 году у ООО «РВБ» выручка снизилась на 18,1% до 441,1 млрд руб., что обусловлено резким сокращением розничных продаж (-81,9%), транспортных услуг (-93,2%) и услуг хранения (-100%), несмотря на рост агентского вознаграждения (+2,8%) и экспортных продаж (+30%). При этом чистая прибыль выросла на 151,8% до 47,6 млрд руб., прибыль от продаж — на 60,1%. Себестоимость снизилась на 26,2%, хотя затраты на хранение увеличились в 3,5 раза, на рекламу — на 154,6%.

В структуре выручки доля агентского вознаграждения выросла до 51,7%, экспортных продаж до 25,1%, рекламных услуг до 15,2%, тогда как доля розничных продаж снизилась до 5%, доля транспортных услуг до 1,2%. Доля прибыли от продаж в выручке выросла до 15,5%, чистой прибыли — до 10,8%, а доля затрат на хранение достигла 30,7%. Активы выросли на 69,1%, при этом запасы сократились на 65,1%, а дебиторская задолженность выросла на 138,3%. Пассивы увеличились: капитал и резервы увеличились на 237,4% (в основном за счет добавочного капитала 130.9 млрд руб.), кредиторская задолженность выросла на 167.8 млрд руб., а краткосрочные займы снизились на 36,5%. В структуре активов доля запасов снизилась до 5,73%, доля дебиторской задолженности выросла до 49,98%. В пассивах доля собственного капитала выросла до 31,52%, доля кредиторской задолженности – до 45,71%. Выявлены риски, связанные с дисбалансом в расчетах, выраженном в одновременном росте дебиторской и кредиторской задолженности и снижением ликвидности.

Проведен комплексный анализ эффективности деятельности организации на основе расчета ключевых показателей рентабельности, ликвидности, финансовой устойчивости и деловой активности.

Рентабельность продаж (ROS) выросла с 3,2% в 2022 г. до 10,8% в 2024 г. благодаря оптимизации затрат, несмотря на снижение выручки на 18,1%. Рентабельность активов (ROA) увеличилась с 5,0% до 8,4%, что подтверждает рост эффективности использования ресурсов после слияния. При этом

рентабельность собственного капитала (ROE) снизилась до 26,6% в 2024 г. (с 35,7% в 2023 г.).

Анализ ликвидности выявил низкий уровень абсолютной ликвидности (0,09 в 2024 г.), сохраняющиеся риски платежеспособности (текущая ликвидность ниже нормы – 0,97) и дефицит собственных оборотных средств (КОСОС = -0,1). Улучшение быстрой ликвидности до 0,88 свидетельствует о позитивных сдвигах в структуре активов.

Финансовая устойчивость организации укрепилась: коэффициент автономии вырос с 0,17 до 0,32, коэффициент покрытия инвестиций — с 0,19 до 0,36. Однако оба показателя остаются ниже нормативных значений.

Эффективность использования ресурсов характеризуется резким ростом фондовооруженности (до 18 739 руб./чел. в 2024 г.) на фоне сокращения персонала в 4 раза, что отражает технологическую трансформацию. При этом фондоотдача снизилась с 8,97 до 4,84 руб./руб., а фондоемкость выросла с 0,11 до 0,20, указывая на недостаточную отдачу от инвестиций в основные средства.

SWOT-анализ систематизировал ключевые преимущества (лидерство на рынке, рост рентабельности) и риски (низкая ликвидность, высокие складские затраты, снижение ROE). Выводы подчеркивают противоречивые результаты реорганизации: улучшение операционной эффективности и долгосрочной стабильности при сохраняющихся проблемах в управлении капиталом, ликвидностью и активами.

Изучен процесс образования ООО «РВБ» в июле 2024 года в результате слияния ООО «Вайлдберриз» и ООО «СТИНН». Объединение крупнейшего российского маркетплейса и ведущего оператора наружной рекламы сформировало уникальный хозяйствующий субъект на российском рынке электронной торговли. Процесс слияния сопровождался внутренними конфликтами, включая сопротивление сооснователя Wildberries Владислава Бакальчука и уход топ-менеджеров, а также требовал государственного одобрения.

В новую структуру вошли 20 дочерних компаний Wildberries и активы Russ. ООО «Вайлдберриз» владеет 65% ООО «РВБ», группа Russ – 35%. Реорганизация привела к перераспределению доходов: агентское вознаграждение достигло 51,7% выручки, выручка от экспорта выросла до 25,1%, розничные продажи и доходы от хранения сократились, что указывает на переход к чистой платформенной модели маркетплейса с фокусом на международную экспансию (СНГ, Ближний Восток, Азия). Инвестиции в ООО «РВБ» превысили 150 млрд руб. в 2024 году с планом удвоения этого показателя в 2025 году. К концу 2025 года компания планирует ввести 2,5 млн кв. м новых складов, часть сооружений уже построена в Волгограде, Самаре и других городах. Ключевым преимуществом организации стал портфель рекламных активов Russ, создавший единое рекламное пространство с охватом 250 млн. пользователей платформы. Развитие пяти финтех-сервисов (WB-кошелек, кредитование, BNPL, страхование грузов на IoT, WB клуб) повысило удобство пользователей, снизило стоимость привлечения клиентов и увеличило доход продавцов на 44% (до 2,9 трлн руб.). Компания поддерживает МСП через образовательные программы и инициативы с Агентством стратегических инициатив. ООО «РВБ» сталкивается с многочисленными вызовами, среди которых: ожидаемое ужесточение регулирования маркетплейсов, высокая ключевая ставка и инфляция, риски ликвидности (низкий коэффициент абсолютной ликвидности 0,09, дефицит собственных оборотных средств), рост доли затрат на логистику до 30,7% выручки, снижение рентабельности собственного капитала до 26,6%, сложности управления рекламными активами Russ и риски ЧП, подтвержденные крупным пожаром на складе в Шушарах в 2024 году, расходы на ликвидацию которого составили 1,1 млрд руб. Несмотря на это, ООО «РВБ» стало ключевым игроком в цифровой трансформации российской электронной торговли, формируя новые стандарты рынка и демонстрируя потенциал для роста и международной экспансии через масштабную интеграцию и инновации.

Заключение. Проведенное исследование позволило выявить, что электронная торговля выступает ключевым драйвером цифровой трансформации российской экономики, демонстрируя устойчивый рост даже в условиях внешних вызовов, таких как санкции и геополитическая нестабильность. Работа систематизировала теоретические основы отрасли, определив электронную торговлю как комплексную систему дистанционных сделок, реализуемых через цифровые платформы, с доминирующей ролью маркетплейсов, которые в 2024 году занимали 66% объема российского рынка. В исследовании рассмотрены шесть ключевых этапов глобальной эволюции отрасли, начиная с 1960-х годов, и зафиксированы опережающие мировые показатели динамики роста российского рынка, объем которого к 2024 году достиг 12,6 трлн руб., что составило 23% от общего розничного товарооборота страны.

Анализ перспектив развития до 2030 года выявил три возможных сценария, прогнозирующих увеличение объема рынка до диапазона 32-35 трлн руб. Ключевыми факторами, стимулирующими этот рост, являются технологические инновации, в частности, внедрение искусственного интеллекта для персонализации предложений и оптимизации логистических цепочек, социальные тренды, такие как повышение доверия потребителей к онлайн-покупкам и локализация ассортимента и рыночные тенденции, заключающиеся в лидирующем положении маркетплейсов при одновременном развитии нишевых интернет-магазинов.

Анализ ООО «Вайлдберриз» и его правопреемника ООО «РВБ», образованного в результате слияния с ООО «СТИНН» в июле 2024 года, выявил противоречивые последствия реорганизации. С одной стороны, отмечается значительное улучшение показателей рентабельности: рентабельность продаж (ROS) выросла до 10,8%, рентабельность активов (ROA) – до 8,4%, а финансовая устойчивость укрепилась (коэффициент автономии увеличился до 0,32). Произошел стратегический переход к чистой

платформенной модели маркетплейса, о чем свидетельствует рост доли агентского вознаграждения в выручке до 51,7% и экспортных продаж до 25,1%, что указывает на фокус на международную экспансию. Объединение с рекламными активами Russ создало уникальную экосистему с охватом 250 млн пользователей и способствовало развитию финтех-сервисов, повысивших доход продавцов на 44%.

С другой стороны, реорганизация сопряжена со значительными рисками. К ним относятся низкий уровень абсолютной ликвидности (0,09), дефицит собственных оборотных средств, рост доли затрат на логистику до 30,7% выручки и снижение рентабельности собственного капитала (ROE) до 26,6%. Операционные сложности подтверждаются такими инцидентами, как крупный пожар на складе в Шушарах, ликвидация которого обошлась в 1,1 млрд рублей. Дополнительные вызовы формируют ожидаемое ужесточение регулирования маркетплейсов, высокая ключевая ставка и инфляционное давление.

Таким образом, несмотря на выявленные риски, электронная торговля в России, ярко иллюстрируемая трансформацией ООО «Вайлдберриз» в ООО «РВБ», сохраняет значительный потенциал для дальнейшего развития. Этот потенциал реализуется через технологические инновации, формирование интегрированных экосистем, масштабные инвестиции в логистическую инфраструктуру и активную международную экспансию, что в совокупности способствует формированию новых стандартов отрасли. Перспективными направлениями для последующих исследований представляются оценка долгосрочных эффектов интеграции различных сервисов в рамках единой платформенной модели, разработка стратегий адаптации к ужесточающемуся регуляторному ландшафту и углубленный анализ эффективности крупных капиталовложений в логистические мощности и цифровые решения.