

## 10.12. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА ИНТЕРНЕТ-УСЛУГ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Стрелков Ф.А., аспирант

*Всероссийская государственная налоговая академия Минфина РФ*

В статье раскрываются роль и значение рынка интернет-услуг в современной экономике, рассматриваются особенности его развития на примере сектора интернет-торговли. Исследуются возможности интернет-технологий, которые позволяют компаниям повышать эффективность своей деятельности.

Развитие рынка современных информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) является одним из основополагающих факторов качественных преобразований современной экономики. На сегодняшний день многие организации разных сфер деятельности и форм собственности, используя возможности, предоставляемые сферой интернет-услуг, значительную часть своей деятельности перенесли в онлайн.

Данное решение обуславливается прежде всего большим потенциалом роста рынка электронной коммерции по сравнению с традиционными способами торговли. Так, согласно данным проведенного в декабре 2009 г. исследования Фонда «Общественное мнение» (ФОМ), число домашних пользователей Интернета в Российской Федерации продолжает расти. В настоящее время насчитывается 42 млн. чел., что составляет 36% от общего числа жителей. Суточная аудитория Интернета в 2009 г. равняется 23,9 млн. (рис. 1) [2].

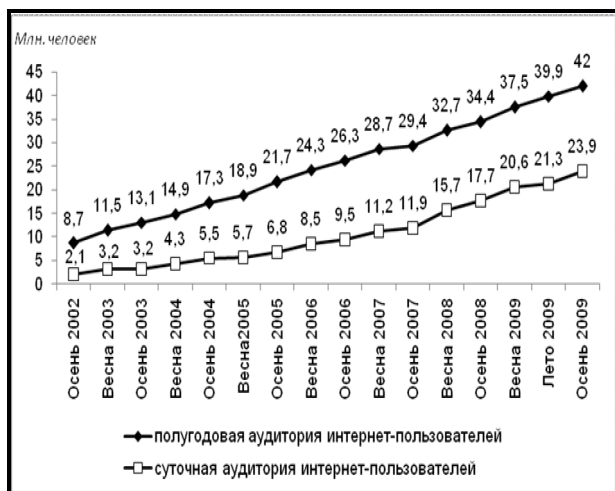


Рис. 1. Динамика интернет-аудитории в РФ<sup>1</sup>

Однако потенциальная емкость российского рынка интернет-услуг составляет более 70 млн. чел.

Данные опроса, проведенного Национальным агентством финансовых исследований совместно с компанией ОМИ свидетельствуют, что за последний год 60% интернет-пользователей оплачивали покупки через сеть.

Российский рынок интернет-торговли возник относительно недавно, но его роль и значение постоянно

возрастает. По прогнозам, объемы онлайн-торговли в РФ должны достигнуть европейских показателей через пять-семь лет. Если сегодня рост электронных продаж в странах Европейского союза находится на уровне 25% в год, то в РФ в два раза больше – 50%. В целом объем российского рынка электронной торговли (учитывая сектора B2B, B2G, B2C), по данным Агентства «Step by Step», в 2009 г. должен превысить 7 млрд. долл. Значительная доля на данном рынке принадлежит сегменту B2C, который в настоящее время занимает 43%.

В условиях экономического кризиса заметно усилился практический интерес к инструментам электронной торговли со стороны компаний, работающих в потребительском секторе. Необходимость поиска новых путей развития, внедрения эффективных технологий, позволяющих оперативно реагировать на изменение рыночной ситуации лежит в основе растущего спроса на интернет-услуги.

Практика показывает, что интернет-технологии позволяют компаниям всех форм организации в современных условиях использовать новые возможности для повышения эффективности своей деятельности. Перенос части коммерческой деятельности в Интернет приносит ощутимые результаты – так, оборот интернет-магазина «Эльдорадо» в 1-м полугодии 2009 г. вырос на 40%, в то время как в традиционных магазинах этой торговой сети с начала года фиксировалось значительное падение продаж [7].

Новыми возможностями интернет-технологий активно пользуется большое количество индивидуальных предпринимателей и компаний малого бизнеса:

- поставщики товаров на реализацию;
- владельцы павильонов;
- частные продавцы;
- консультанты торговых сетевых компаний;
- производители мелкосерийных товаров и др.

Основным преимуществом создания интернет-магазина, который представляет собой веб-сайт компании, предназначенный для обеспечения сбыта товаров или услуг, заключается в значительно более низкой стоимости его создания и содержания по сравнению с открытием традиционных магазинов. Существующие онлайн-сервисы позволяют покупателям размещать заказы на требуемую продукцию непосредственно через Интернет, заключать контракты, проводить платежи и осуществлять контроль за поставками, что дает возможность компаниям вести торговлю без существенной привязки к географическому расположению [5].

Одним из важных факторов является и то, что веб-сайты компаний-продавцов работают 24 часа в сутки. Независимо от часовых поясов туда могут приходить потенциальные покупатели из многих стран мира. Согласно статистике, до 40% оборота крупных интернет-магазинов обеспечивается заказами из других государств.

Создание полноценных интернет-каталогов позволяет потребителю получать всю имеющуюся информацию о продаваемых товарах. В интернет-магазине ассортимент может включать тысячи наименований продукции, а в обычном магазине, как правило, несколько десятков или сотен.

Для интернет-торговли более всего подходят те товары, торговый цикл которых может быть полностью осуществлен посредством интернет-сервисов, начиная

<sup>1</sup> Источник: ФОМ.

от рекламы и заканчивая заказом, оплатой и доставкой. К категории таких товаров относятся:

- программное обеспечение;
- МРЗ;
- фильмы, аналитическая информация;
- электронные книги;
- игры и другой контент, который может быть полностью реализован через Интернет.

Согласно статистическим данным, к традиционным товарам, наиболее часто реализуемым через Интернет, относятся книги, компьютеры и комплектующие, бытовая техника и электроника, туризм и бронирование билетов, билеты на культурные мероприятия, товары для дома и дачи и др. (рис. 2) [3].



Рис. 2. Структура спроса на товары, реализуемые посредством Интернет<sup>2</sup>

Таким образом, развитие интернет-технологий создает новые возможности для производителей и продавцов товаров в сфере расширения рынка сбыта. Если раньше путь товара к конечному потребителю строился по цепочке «производитель – поставщик – розничный торговец», то сейчас Интернет дает производителям многих товаров возможность работать напрямую со своими потребителями. Это позволяет продавать продукцию по более низким ценам по сравнению с традиционной розничной торговлей и помогает обеспечивать устойчивый сбыт, что особенно актуально при сокращения совокупного спроса в условиях экономического кризиса.

Вместе с тем, существует несколько сдерживающих факторов развития рынка интернет-услуг. Один из них – недостаточное распространение электронных платежей. На сегодня наличные средства остаются преимущественным способом оплаты покупок в интернет-магазинах: их доля примерно в четыре раза выше, чем доля платежей с помощью кредитных карт (рис. 3) [8].

Преобладание наличных в качестве основного платежного средства характерно для начального этапа становления рынка услуг интернет-торговли. На этом этапе приоритетными являются вопросы, касающиеся поиска, выбора и резервирования товара, при этом способы его доставки и оплаты отходят на второй план. Ситуация в этом направлении начала постепенно меняться, но негативное влияние кризисных явле-

ний несколько затормозили этот процесс. Тем не менее, развитие электронных платежных систем остается очень перспективным направлением бизнеса.

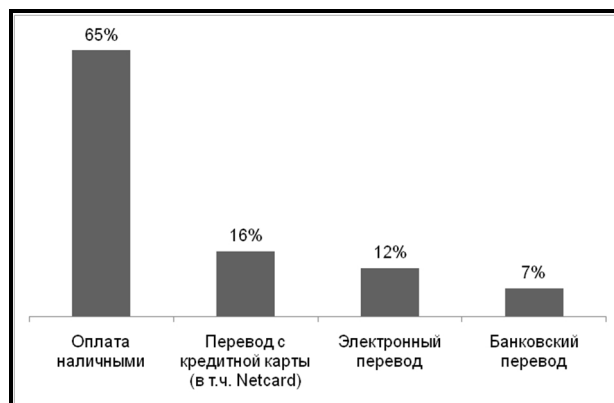


Рис. 3. Способы оплаты заказов из интернет-магазинов<sup>3</sup>

Неравномерность проникновения Интернета в регионах создает существенную проблему в использовании интернет-технологий их жителями и замедляет темпы роста электронной торговли в целом (рис. 4).

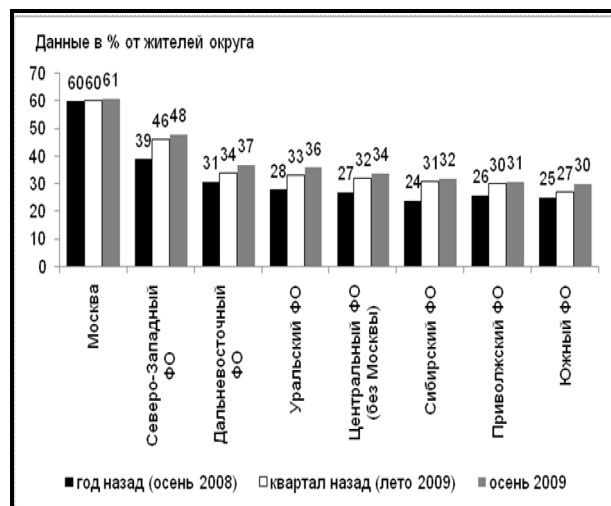


Рис. 4. Доля интернет-пользователей в федеральных округах за год<sup>4</sup>

Уровень проникновения Интернета зависит в значительной степени от доли затрат на интернет-услуги в месячном бюджете среднестатистического пользователя. В субъектах РФ, где цены на пользование сетью находятся в наиболее приемлемом соотношении с уровнем доходов (менее 3% месячного бюджета) распространенность Интернета выше среднего по стране. В эту группу входят семь субъектов РФ, а именно – Москва, Петербург, Камчатский край, Мурманская, Сахалинская, Московская, Томская и Новгородская области.

Для регионов с низким уровнем проникновения Интернета характерна высокая цена на предоставление доступа в сеть, которая является существенным фактором, сдерживающим увеличение доли пользователей. В данную группу входят 33 субъекта РФ: Орловская, Саратовская, Свердловская, Кемеровская области и др.

<sup>2</sup> Источник: Ромир.

<sup>3</sup> Источник: Оборот.РУ.

<sup>4</sup> Источник: ФОМ.

Исключение составляют регионы, где, несмотря на относительно высокие цены, число пользующихся домашним Интернетом достаточно высоко. К ним относятся Приморский край, Псковская, Челябинская, Магаданская области, где затраты на Интернет составляют 3,5% семейного бюджета и более, а проникновение Сети – 30% и более.

Существуют также регионы, в которых фактор цены не является определяющим. Низкий уровень проникновения Интернета здесь обусловлен в основном слабо выраженной потребностью в доступе в сеть, что в большей степени зависит от социально-культурных особенностей, образа жизни и образования пользователей. К таким регионам можно отнести Архангельскую, Белгородскую, Вологодскую области и Татарстан.

Не менее важным сдерживающим фактором является несовершенство в сфере правового регулирования. Действующее законодательство РФ содержит ряд несоответствий и пробелов, которые существенно затрудняют развитие цивилизованного рынка интернет-услуг, приводит к различным нарушениям прав физических и юридических лиц.

В последнее время на рынке интернет-услуг активно развивается сектор межкорпоративного сбыта товаров – система business-to-business (B2B). Объем электронных торгов в B2B-секторе в 1-м квартале 2009 г. превысил 11 млрд. руб. За 2-й квартал 2009 года на торговой площадке Единой системы электронной торговли B2B-Center было проведено 1 890 торговых процедур на общую сумму 18 млрд. руб. Этот показатель на 34% превышает объемы торгов за аналогичный период прошлого года (11,9 млрд. руб.) и на 38% выше показателей 1-го квартала 2009 года [6].

Согласно данным «Центра развития экономики», совокупный объем всех торговых процедур, проведенных в системе B2B-Center, превысил 475 млрд. руб., а общее количество торгов достигло 65 тыс. Количество участников, зарегистрированных в системе B2B-Center, к концу 2-го квартала 2009 г. равнялось 27 173 компаниям – прирост за истекший период составил 11,2% (3 019 новых предприятий).

По данным B2B-Center, крупнейшими заказчиками, проводившими торги в системе B2B-Center во 2-м квартале 2009 г., стали «КЭС-Холдинг» (квартальный объем электронных торгов – 2,9 млрд. руб.).

Данные о динамике роста количества участников в сегменте B2B свидетельствуют о том, что электронная торговля сегодня становится все более востребованным инструментом для организации закупок и продаж, как крупными корпорациями, так и компаниями малого и среднего бизнеса. На площадке B2B-Center регулярно ведут торги более 24 тыс. компаний из различных отраслей экономики.

По прогнозам аналитиков, к 2012 г. в мире почти 850 млн. людей будут покупать и продавать товары и услуги через Интернет, и объем торговли в глобальной сети вырастет вдвое по сравнению с 2008 г. К 2012 г. объем онлайн-торговли должен составить около 13 трлн. долл., основная доля в котором будет принадлежать сектору B2B.

На российском рынке интернет-услуг динамично развиваются B2G-площадки, предназначенные для размещения государственного или муниципального заказа. На сегодняшний день большинство участников B2G-торгов сконцентрировано в Центральном округе

страны: низкий уровень развития Интернета в регионах и отсутствие единой электронной системы ограничивают доступ мелких поставщиков к госзаказу.

Согласно данным Национальной ассоциации участников электронной торговли (НАУЭТ), оборот B2G-рынка вырос в 2007 г. на 22% по сравнению с 2006-м, составив почти 2,5 млрд. долл. К 2010 г. рынок может вырасти еще на 100%, а его объем в денежном выражении может составить 4,6 млрд. долл.

О необходимости создания в РФ электронной системы госзакупок впервые заговорили в 2002 г., когда была принята федеральная целевая программа «Электронная Россия (2002-2010 г.)». Рынок электронного госзаказа начал складываться в 2005 г. после принятия Федерального закона «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд» [1].

В апреле 2007 г. в закон были внесены поправки, которые сделали возможным для государственных и муниципальных органов использование электронных торгов. Была четко регламентирована процедура проведения аукционов и запроса котировок на открытых площадках. Этот закон заработал, но его несовершенство еще предстоит устранить.

В настоящее время многие государственные и муниципальные органы управления перешли на хотя бы частичную реализацию госзаказа с помощью электронных систем как на федеральном (например, с помощью электронных систем делает закупки Управление делами Президента РФ), так и на региональном уровне. Московское правительство также активно пользуется электронными системами и в ближайшие годы планирует перевести в электронную форму около 15% своих закупок [4].

Электронные аукционы имеют целый ряд преимуществ перед обычными открытыми аукционами: здесь быстрее проходит сама процедура торгов, нет необходимости созывать аукционную или котировочную комиссию, обеспечивается абсолютная прозрачность проведения торгов, поскольку любой их участник может наблюдать за ходом аукциона в режиме реального времени.

Использование сети позволяет привлечь к участию в государственных закупках самый широкий круг поставщиков, повысить эффективность и надежность всех этапов проведения конкурса. В частности, это позволяет существенно удешевить, ускорить и упростить процедуры получения необходимой документации, подачи и приема заявок на участие в конкурсе, передачи уточняющих вопросов в адрес конкурсной комиссии и рассылки ответов на них.

По подсчетам НАУЭТ, использование электронной формы торгов в этом секторе рынка может снизить расходы на организацию закупок на 10-15%. При этом, конкурсная комиссия имеет в своем распоряжении новейшие средства систематизации и сравнения полученных заявок, в результате процедура конкурсного отбора становится более четкой и прозрачной. Кроме того, проведение электронных торгов является эффективной антикоррупционной мерой, поскольку они по определению исключают возможность личных контактов между участниками.

Однако существует немало факторов, которые сдерживают рост отечественного рынка электронных госзакупок. И здесь на первом месте стоит та же проблема, что и в других секторах рынка, – низкий уровень про-

никновения Интернета в РФ. Это значительно ограничивает возможности поставщиков по выполнению госзаказов особенно определенных категорий товаров, таких, например, как овощи: их поставляют сельские предприятия, у которых пока нет широкого доступа в Интернет, а значит, и возможности переходить на электронные торги.

Недостаточный и неравномерный уровень интерне-тизации страны затрудняет обеспечение одного из главных преимуществ В2G-систем – равных для всех желающих условий участия в конкурсе. Так, у небольших муниципальных образований доступ в Интернет либо ограничен, либо отсутствует вообще. Некоторые поставщики выходят в сеть по телефонной линии, поэтому они не могут работать на торгах так же быстро, как их конкуренты.

Другая, не менее актуальная, проблема состоит в том, что закон, регулирующий проведение госзакупок через электронные системы, устанавливает ограничение на сумму каждого лота в 1 млн. руб. Практика показывает, что контрактов на сумму меньше 1 млн. у нас очень мало.

Открытым остается и вопрос об электронной цифровой подписи: Министерство обороны РФ до сих пор не регламентировало ее использование своими подразделениями. Однако, по мнению экспертов, решение всех этих проблем не даст желаемого эффекта до тех пор, пока в стране не будет создана единая электронная система госзакупок. Сейчас в Рунете действует несколько автономных электронных площадок, предполагающих различные процедуры регистрации и проведения торгов. Для эффективной работы этого сектора необходимо объединить их в одну большую электронную систему. У РФ есть возможность стать первой страной в мире, в которой появится подобная система [9].

С введением единой системы госзаказа любой пред-приниматель из любого региона страны сможет принять участие в электронных торгах на специализиро-ванных электронных площадках. Это позволит повысить конкуренцию, а значит, качество предложения, и обеспечит значительную экономию средств из бюджетов всех уровней. Подобный портал очень важен для малого бизнеса, субъекты которого смогут получить доступ к государственным заказам наравне с крупны-ми компаниями.

Использование технологий интернет-торговли каче-ственно видоизменяет существующие экономические процессы, открывает более широкие возможности для расширения делового сотрудничества и освоения но-вых рынков, позволяет повысить эффективность рабо-ты коммерческих компаний и государственных органи-заций. Результатом внедрения электронных торговых площадок, как правило, становится повышение при-быльности, снижение издержек, обеспечение прозрач-ности экономических процессов.

Таким образом, развитие рынка интернет-услуг явля-ется необходимым условием для создания инфраструк-туры современного бизнеса, расширения его возможно-стей по производству и сбыту товаров и услуг. Массо-вый характер отношений по оказанию интернет-услуг, объемы оборотов материальных, финансовых и ин-формационных ресурсов в данной сфере свидетельст-вуют о важном значении рынка интернет-услуг для раз-вития российской экономики и повышения ее конкурен-тоспособности.

## Литература

1. Федеральный закон от 21.07.2005 №94 «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд».
2. 24 млн. россиян ежедневно выходят в Интернет [Элек-тронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rumetrika.rambler.ru>.
3. Агеева Н.В. Интернет за покупками [Текст] / Н.В. Агеева // РБК daily. – 2009. – 3 дек.
4. Казьмин Д. Переедут в Интернет [Текст] / Д. Казьмин // Ведомости. – 2009. – 27 ноября.
5. Кузнецов В. В2С: состояние и перспективы [Электронный ресурс] / В. Кузнецов. – Режим доступа: <http://www.i2r.ru>.
6. Мальцев Ю. Объем электронных торгов в В2В-секторе в первом квартале превысил 11 млрд. рублей [Электрон-ный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mskit.ru/>.
7. Попова М. Традиционные ритейлеры идут в Интернет [Текст] / М. Попова // Ё: приложение к газете «Коммер-сантъ». – 2000. – 12 нояб.
8. Рынок розничной торговли в сети Интернет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.oborot.ru/>.
9. Токвайло М. Загоняют в сети [Текст] / М. Токвайло // Ве-домости, – 2009. – 22 дек.

## Ключевые слова

Информационно-коммуникационные технологии; интернет-услуги; электронная торговля; интернет-магазины; межкорпо-ративный сбыт; госзакупки; эффективность.

*Стрелков Феликс Александрович*

## РЕЦЕНЗИЯ

Актуальность темы. В условиях усложнения и увеличения экономи-ческих связей в современном обществе, повышения объемов и скоро-сти передачи информации особую практическую ценность приобрета-ет развитие рынка интернет-услуг.

Научная новизна и практическая значимость. В работе дается ана-лиз развития рынка интернет-услуг на примере различных форм элек-тронной торговли, отмечается специфика этого процесса в современ-ных условиях российской экономики, что позволяет учитывать влия-ние выявленных факторов при разработке практических мер по совершенствованию информационного обеспечения современного производства и управления.

Автор убедительно доказывает, что сеть стала новой, эффективной формой дистрибуции и каналом продаж.

Значимое место в работе отводится вопросам роли рынка интернет-услуг в современной экономике, которая проявляется в том, что Ин-тернет обеспечивает всем участникам социально-экономических от-ношений равный доступ к информации и оперативную связь практиче-ски с любым субъектом. Решается важнейшая проблема минимизации издержек.

Заключение. Представленная на рецензию статья соответствует со-временным требованиям к научным работам и может быть рекомен-дована к публикации.

*Викулина Т.Д., д.э.н., профессор Всероссийской государственной налоговой академии Минфина РФ*

## 10.12. FEATURES OF DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN INTERNET-SERVICES MARKET UNDER PRESENT-DAY CONDITIONS

F.A. Strelkov, Postgraduate Student

*All-Russian State Tax Academy,  
Ministry of finance of the RF*

The article explores the role and significance of the Internet services market under present-day conditions of the economy, specifics of its development by the example

of internet trading sector are analyzed. The author examines new opportunities to improve operating efficiency, provided by internet-services.

### Literature

1. Federal law №94 21.07.2005 «On placement of orders for delivery of goods, execution of work, rendering of services for state and municipal needs».
2. N. Ageeva Internet shopping // RBC Daily, 3 December 2009.
3. D. Kazmin. To move in the internet // Vedomosti №225 (2495), 27 November 2009.
4. M. Popova. Traditional retailers are moving to the internet // Ё, Kommersant supplement №211 (4266), 12 November 2009.
5. Tokvaylo M. Catch in toils // Vedomosti, №242 (2512), 22 December 2009.
6. Kuznetsov V. B2C: Conditions and perspectives // <http://www.i2r.ru>
7. Maltsev U. Volume of electronic trading in B2B-segment passes 11 billion mark in the first quarter // <http://www.mskit.ru/>
8. 24 millions of russians are online every day // 18 December 2009// <http://rumetrika.rambler.ru>
9. Internet retail trade market // 12 February 2009 // <http://www.obo-rot.ru/>

### Keywords

Information and communications technologies; Internet services; eBusiness; e-shop; business-to-business; state purchase contract; efficiency.