

УДК 330

# ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫМИ ТОВАРАМИ

СЕИДОВА МАРИНА РАЙФУДИНОВНА

Аспирант  
РЭУ им. Г.В. Плеханова

**Аннотация.** В статье рассматривается развитие перспективного формата торговли продовольственными товарами через Интернет, обозначается роль государства в стимулировании его развития. На примере лидеров продовольственного ритейла описывается перспективность данной ниши рынка в Российской Федерации.

**Ключевые слова:** электронная торговля, е-коммерс, продовольственные товары, онлайн-торговля продовольственными товарами.

## PERSPECTIVES OF E-COMMERCE IN FOOD RETAIL

Seidova Marina Rayfudinovna

**Abstract:** the article touches a problem of the development of a promising trade format of food products via the Internet, identifies the role of the state in stimulating its development. Using the example of food retail leaders, the author describes the prospects of this market niche in the Russian Federation.

**Key words:** e-commerce, food retail, e-grocery.

В настоящее время электронная торговля уже охватывает весь спектр отношений, начиная от прямого взаимодействия продавцов с потребителями (B2C) и взаимоотношений непосредственно между предпринимателями (B2B), заканчивая взаимодействием бизнеса и государства в электронной форме (B2G), а также взаимоотношениями между потребителями (C2C).

Электронная торговля является инструментом, обеспечивающим потребителям (физическим и юридическим лицам) на территории Российской Федерации физическую и ценовую доступность всего спектра товаров, производимых в России и мире [1, с. 84].

Темп и масштаб развития электронной торговли обусловлены совокупностью факторов экономического, социального, электронно-технологического, организационно-правового характера, выделенных в три блока:

1. Глобализация экономики. Действие этого фактора проявляется в свободном перемещении капитала, товаров, услуг, технологий как внутри отдельных стран, так и в международном масштабе.

2. Мультифункциональность. Постоянное обновление компьютерных технологий существенно расширяет сферы бизнеса, обеспечивая комплексную надёжность на всех стадиях коммерческого процесса.

3. Доступность и эффективность электронной торговли. Электронная торговля становится доступной для всё более широкого круга участников рынка в организационно-техническом и финансово-экономическом плане.

Сейчас электронная торговля – одна из немногих площадок для стартапов в торговом и произ-

водственном бизнесе, в особенности для субъектов малого и среднего предпринимательства (пекарен, фермеров, предприятий общественного питания и многих других).

Развитие современных телекоммуникационных технологий передачи данных привело к усилению роли B2C интернет-торговли. В России ежемесячно пользуются Интернетом более 80 млн человек (более 70% населения РФ). По результатам социологических исследований, более 35% пользователей уже хотя бы раз совершали покупки в сети Интернет. Причем, всё чаще покупки совершаются с использованием смартфонов, доля таких заказов составляет уже около 22%. Значительно улучшилась логистика. За последние 5 лет сократились сроки доставки из интернет-магазинов в среднем в 2-3 раза. Существенно увеличивается количество безналичных платежей: в совокупном объеме розничной торговли, платных услуг населению и обороте общественного питания доля оплаты картами товаров и услуг выросла с 3,5% в 2009 году до 30,5% в 2018 году.

Рост популярности интернет-торговли благоприятно отразился на всех участниках рынка электронной торговли в сегменте B2C в России и позволил сохранить совокупный среднегодовой темп роста на уровне 23,4% в течение последних 6 лет.

Тем не менее электронная торговля в формате B2C на сегодняшний день составляет 0,9% всего объема розничной торговли в Российской Федерации. При этом в развитых странах, таких как Великобритания, Германия, Китай, Финляндия, США этот показатель составляет от 10% до 20%. Таким образом, российский рынок имеет огромный потенциал для дальнейшего роста [2, с. 43].

Доля продаж продуктов питания дистанционным способом составляет лишь около 0,5% в общем объеме розничной торговли продовольственными товарами в 2018 году.

Государство в этой связи создает необходимые условия для формирования благоприятных предпосылок дальнейшего развития электронной торговли. Минпромторгом России разработана Стратегия развития электронной торговли на период до 2025 г в составе Стратегии по развитию торговли в Российской Федерации до 2025 г. Очевидно необходимым является создание в Российской Федерации комплекса благоприятных нормативно-правовых, организационных и технических условий для стимулирования деловой активности участников электронной торговли, формирования конкурентной среды и создания комфортного потребительского климата для населения.

В Стратегии отражены результаты анализа состояния и развития электронной торговли в мире и в Российской Федерации, действующее правовое регулирование отношений в области торговой деятельности, основные проблемы развития электронной торговли в Российской Федерации, проблемы, препятствующие развитию внешнеэкономической торговой деятельности. Определены стратегические цели и задачи государства и бизнеса в электронной торговле на долгосрочную перспективу, целевые индикаторы (показатели) и комплекс мероприятий, обеспечивающих их достижение, риски различного характера, ресурсы и источники финансирования, механизмы реализации мероприятий и порядок мониторинга реализации Стратегии.

Объем продаж продуктов питания дистанционным способом в общем розничном обороте продовольственных товаров в Российской Федерации предлагается установить целевым индикатором. Планируется к 2020 году достичь уровня 2%, к 2025 году – 5% от общего розничного оборота продовольственных товаров.

В целях снятия правовых коллизий при реализации продуктов питания дистанционным способом необходимо приведение внутренних правовых актов РФ в соответствие с Техническим Регламентом Таможенного Союза «О безопасности пищевой продукции» (ТР ТС 021/2011) в части их неприменения в отношении продукции, являющейся объектом регулирования ТР ТС (Федеральный закон от 02.01.2000 N 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов»; Федеральный закон от 30.03.1999 N 52-ФЗ «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения», СанПиН 2.3.2.1324-03 «Продовольственное сырье и пищевые продукты. Гигиенические требования к срокам годности и условиям хранения пищевых продуктов. Санитарно-эпидемиологические правила и нормативы», СП 2.3.6.1066-01.2.3.5. «Предприятия торговли. Санитарно-эпидемиологические требования к организациям торговли и обороту в них продовольственного сырья и пищевых продуктов. Санитарно-эпидемиологические правила», приказ Роспотребнадзора от 20.05.2005 N 402 «О личной медицинской

книжке и санитарном паспорте», иные технические нормативные акты (СанПиНы и ГОСТы)).

Кроме того, драйвером роста интернет-торговли продовольственными товарами является легализация торговлей алкоголем через Интернет. Указанное изменение будет способствовать развитию онлайн-торговли продуктами питания в целом, так как наличие алкоголя в заказе повышает привлекательность онлайн-заказа продуктов как для потребителей, так и повышает рентабельность продаж для продуктового интернет-магазина.

Актуальность данной новеллы обусловлена структурными изменениями потребительских предпочтений на рынке товаров и услуг. В течение последних пяти лет международный рынок интернет-торговли алкогольной продукцией устойчиво развивался, в большей степени благодаря малым хозяйствам-производителям, для которых интернет – единственный доступный рынок сбыта, в первую очередь через специализированные торговые площадки (маркетплейсы). Покупатели ожидают широкий выбор эксклюзивных марочных вин, крафтового пива или элитного крепкого алкоголя, который им предоставляет интернет-торговля. Общепринятой становится практика посылки хорошего вина в качестве подарка. В настоящее время Минфином России разрабатывается законопроект, предполагающий, что для осуществления дистанционной торговли через Интернет необходимо получить лицензию [3, с. 82].

Стоит подчеркнуть, что отмена запрета на продажу алкоголя дистанционным способом не снимает с продавцов обязанность по соблюдению законодательных ограничений.

То есть дистанционные продавцы, как и любые другие, должны будут в установленном порядке получать лицензию на розничную продажу алкоголя и соблюдать все предусмотренные законодательством запреты на продажу алкоголя:

- в ночное время (с 23:00 до 8:00, либо в другой временной интервал, установленный органом власти субъекта Российской Федерации);
- несовершеннолетним (при этом продавец также будет иметь право потребовать документ, удостоверяющий личность покупателя);
- ниже установленной минимальной цены;
- другие.

Риски нарушения прав потребителей, продажи алкогольной продукции несовершеннолетним, нарушения ограничений продажи будут предусмотрены и минимизированы механизмом досудебного ограничения доступа к интернет-сайтам, содержащим противоправный контент, с последующим исключением из реестра.

На рынке онлайн-торговли продовольствием отмечается тенденция, когда крупные розничные компании активно развивают проекты, связанные с дистанционными формами продаж.

X5 Retail Group (сети магазинов «Пятерочка», «Перекресток», «Карусель») официально запустил интернет-магазин «Перекресток». Благодаря совершенствованию логистических услуг доставка может быть осуществлена в течение дня приема заказа. Сейчас для клиентов онлайн-магазина доступна вся ассортиментная матрица «Перекрёстка», насчитывающая свыше 13 тысяч наименований товаров, кроме кулинарной продукции со сверхкороткими сроками годности, а также алкоголя и табака [4, с. 110].

Сервис по сбору и доставке товаров организован в так называемом «гибридном магазине», построенном специально для запуска проекта. Этот торговый объект сочетает в себе обычный супермаркет и так называемый Dark Store со складом. Заказы из интернет-магазина комплектуются наиболее востребованными товарами на складе Dark Store, который снабжается напрямую из распределительных центров компании. Редкие или уникальные товары (например, чёрную икру), будут добавляться в наборы для доставки из ассортимента супермаркета. Это позволит не хранить на складе сервиса доставки весь ассортимент товаров «Перекрестка».

Подобная схема позволяет сделать доступным для заказа весь ассортимент «Перекрестка» и обеспечить высокую производительность и качество сборки. Все собранные заказы комплектуются в специальные транспортировочные контейнеры, в которых товары размещаются по принципам товарного соседства.

**Список литературы**

1. Андерсон, Роберт «Просто не стой на пути: как государство может помочь бизнесу в бедных странах/Р. Андерсон; пер. с англ. Е. Аретмовой. – Москва; Челябинск: ИРИСЭН; Социум, 2016. 379 с. (Серия «Экономика»).
2. Брагин Л.А. Организация розничной торговли в сети Интернет: учебное пособие/Л.А. Брагин, Т.В. Панкина. – М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2018. – 120 с. – (Высшее образование).
3. Агарков А.П. Управление качеством: Учебное пособие.- 3-е изд., перераб.и доп./А.П.Агарков.- М.: Дашков и К, 2010.- 228 с.
4. Введение в «Цифровую» экономику/А.В. Кешелава, В.Г. Буданов, В.Ю. Румянцев и др.; под общ. Ред. А.В, Кешелава; гл. «цифр.» конс. И.А. Зимненко. – ВНИИГеосистем, 2017. – 28 с. (На пороге «цифрового будущего». Книга первая).