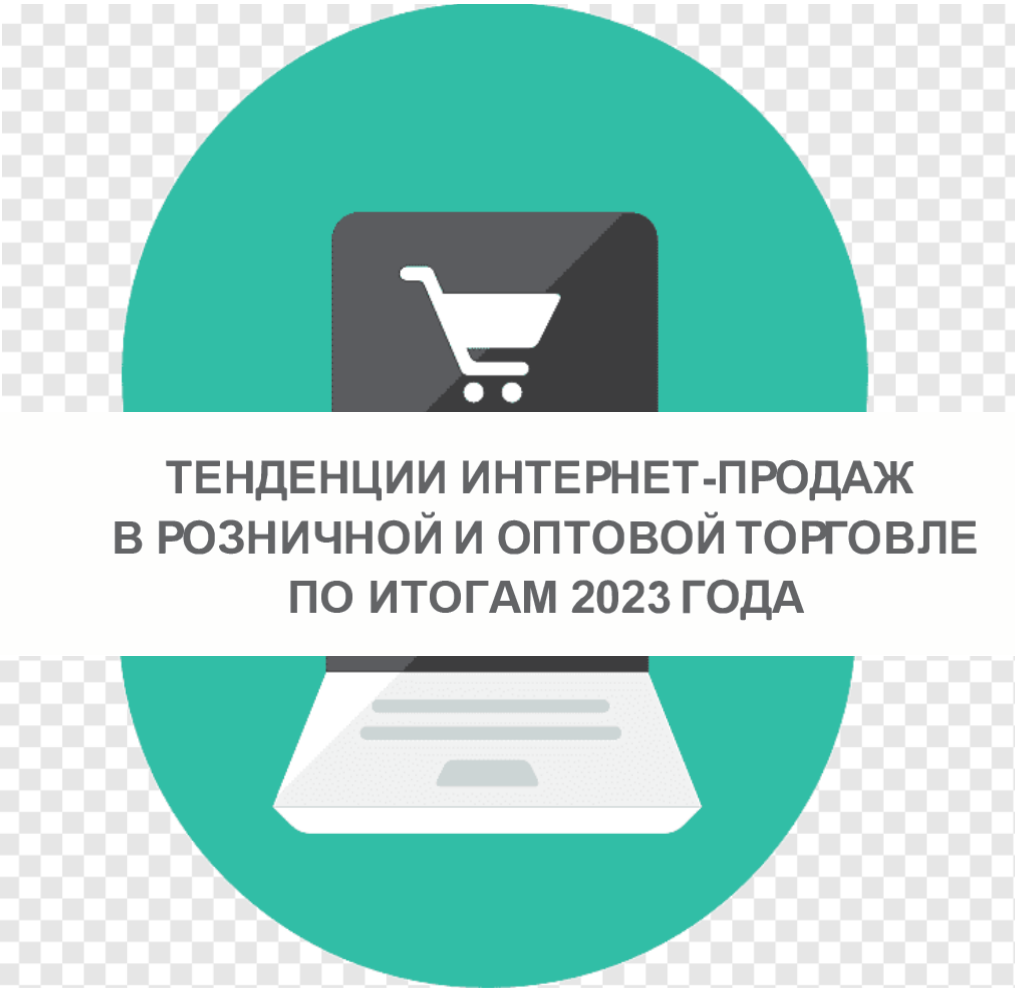
Институт статистических исследований и экономики знаний

Центр конъюнктурных исследований



ТЕНДЕНЦИИ ИНТЕРНЕТ-ПРОДАЖ В РОЗНИЧНОЙ И ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ ПО ИТОГАМ 2023 ГОДА

Март'24

Москва

Авторы:

Лола И.С.
Семина В.В.

«Тенденции интернет-продаж в розничной и оптовой торговле по итогам 2023 г.» [1] – М.: НИУ ВШЭ, 2024. – с. 7

Центр конъюнктурных исследований Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ представляет информационный обзор, подготовленный в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ по теме «Конъюнктурный мониторинг в наукастинге экономической активности», характеризующий ключевые тенденции продаж через сеть «Интернет» в розничной и оптовой торговле, сложившиеся по итогам 2023 г.

Работа базируется на результатах опросов более 10 тыс. руководителей торговых организаций из 82 субъектов Российской Федерации, проводимых в ежеквартальном режиме Федеральной службой государственной статистики.

Для определения доли товаров, проданных через интернет, в общем объеме оборота розничной и оптовой торговли использованы данные федерального статистического наблюдения по формам № 1-конъюнктура «Обследование конъюнктуры и деловой активности в розничной торговле» и № 1-конъюнктура (опт) «Обследование конъюнктуры и деловой активности в оптовой торговле».

Сведения по форме статистического наблюдения № 1-конъюнктура предоставляют юридические лица (кроме микропредприятий и некоммерческих организаций), осуществляющие розничную торговлю. Сведения по форме статистического наблюдения № 1-конъюнктура (опт) предоставляют юридические лица (кроме микропредприятий), осуществляющие оптовую торговлю.

Интернет-торговля – это продажа товаров по заказам от покупателей, поступившим в интерактивном режиме (онлайн), где цена и (или) условия продажи приняты или оговорены по информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», электронной почте и тому подобное по времени выписки счета-фактуры или доставки покупателю, независимо от формы расчета и времени фактической оплаты товара покупателем.

Институт статистических исследований и экономики знаний

Адрес: 101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20

Телефон: (495) 621–28–73, факс: (495) 625–03–67

E-mail: issek@hse.ru

issek.hse.ru

© Национальный исследовательский университет

«Высшая школа экономики», 2024

При перепечатке ссылка обязательна

[1] Материал подготовлен в результате проведения исследования в рамках Программы фундаментальных исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики».

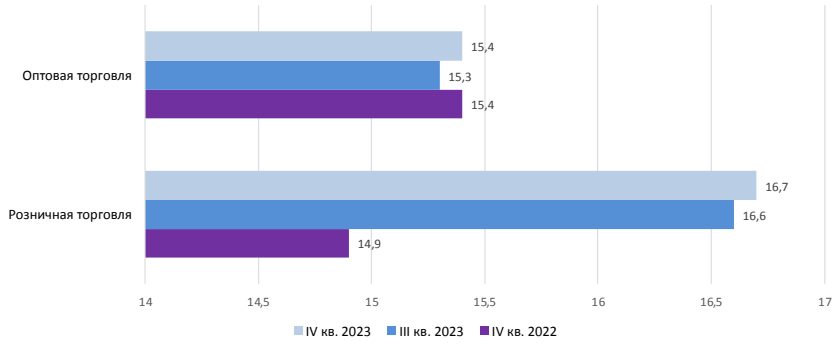
Основные результаты

По итогам 2023 г. динамика интернет-торговли в общем объеме товарооборота в розничном и оптовом сегменте находилась на самом высоком уровне с 2021 г.

16,7 и 15,4% составили продажи через сеть «Интернет» в розничной и оптовой торговле в IV кв. 2023

Стремительный рост доли товаров, проданных через сеть «Интернет» в годовом выражении отмечен в розничной торговле: среднее значение доли интернет-продаж в 2023 г. достигло максимума и составило 16,6% (14,9% - 2022 г., 14,3% - 2021 г.)

Рис. 1. **Доля товаров, проданных через сеть «Интернет», в стоимости проданных товаров, (%)**



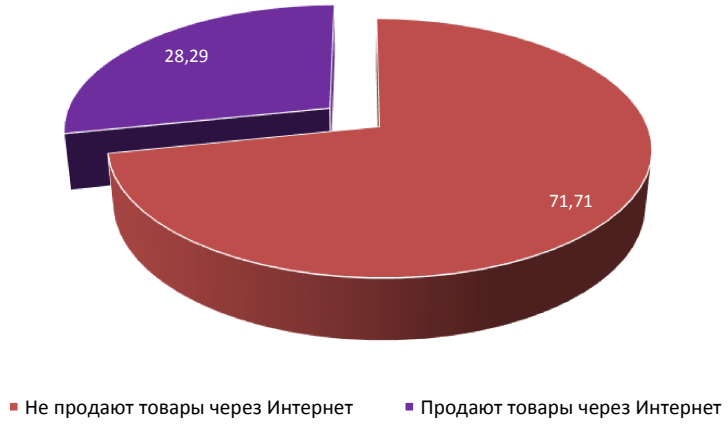
Источник: Росстат, ЦКИ ИСИЭЗ НИУ ВШЭ

- ✓ ***В IV кв. 2023 г. динамика интернет—продаж в российских организациях розничной и оптовой торговли находилась на самом высоком уровне за последние два года***
- ✓ ***Удельный вес розничных товаров, проданных через онлайн каналы, продолжил превосходить оптовые, определив разрыв между значениями в 1,3 п. п.***
- ✓ ***В обоих сегментах рост к III кв. составил +0,1 п. п. до 16,7 и 15,4% соответственно. По отношению к IV кв. 2022 г. динамика интернет—торговли в оптовой торговле не изменилась, тогда как в розничной увеличилась на рекордные 1,8 п. п.***
- ✓ ***По итогам 2023 г. преобладающая доля электронных продаж (26.0%) зафиксирована в оптовых организациях, занимающихся поставками информационного и коммуникационного оборудования, наименьшая (1.3%) – в компаниях, реализующих мотоциклы, их детали, узлы и принадлежности***
- ✓ ***В оптовой торговле по сравнению с 2022 г. наибольший прирост онлайн продаж произошел в динамике реализации социально—значимых товаров: текстильных изделий; парфюмерных и косметических товаров; бытовых электротоваров; одежды и обуви.***

Около 30% организаций розничной торговли совершали продажи товаров через сеть «Интернет»

16,7% - доля интернет-продаж в общей стоимости проданных товаров

Рис. 2. **Доля организаций розничной торговли, продающих товары через сеть «Интернет», (%)**



Источник: Росстат, ЦКИ ИСИЭЗ НИУ ВШЭ

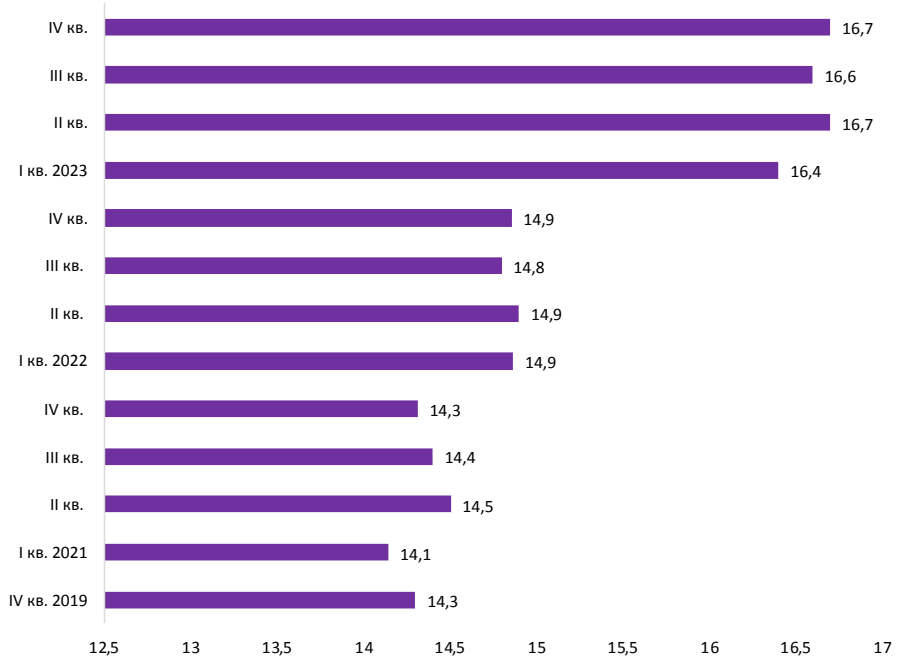
По итогам 2023 г. в сегменте розничной торговле была зафиксирована самая высокая доля товаров, реализованных через Интернет за последние два года, которая в IV кв. 2023 г. составила 16,7% от общей стоимости проданных товаров, что на 1,8 п. п. больше, чем в аналогичный период 2022 г.

В целом, в текущем году в розничной торговле стремительно возросла доля товаров розничной торговли, проданных через Интернет: среднее значение доли интернет-продаж в 2023 г. составило 16,6%, в то время как в 2022 г. данный показатель был на отметке 14,9%, в 2021 г. – 14,3%.

Оценки деятельности организаций розничной торговли в IV квартале 2023 г. продемонстрировали, что 28,3% предприятий совершают интернет-продажи. При этом у 20% всех компаний продажи через сеть «Интернет» составили до 15% к общей стоимости проданных товаров, только 2% предприятий фиксируют более 66% от общего объема проданных товаров на интернет-продажи.

Таким образом, несмотря на существенный рост доли интернет-продаж в стоимости проданных товаров, зафиксированный в 2023 г., сохраняется потенциал для роста доли организаций, осуществляющих онлайн-торговлю.

Рис.3. **Доля товаров в розничной торговле, проданных через сеть «Интернет», в стоимости проданных товаров, (%)**

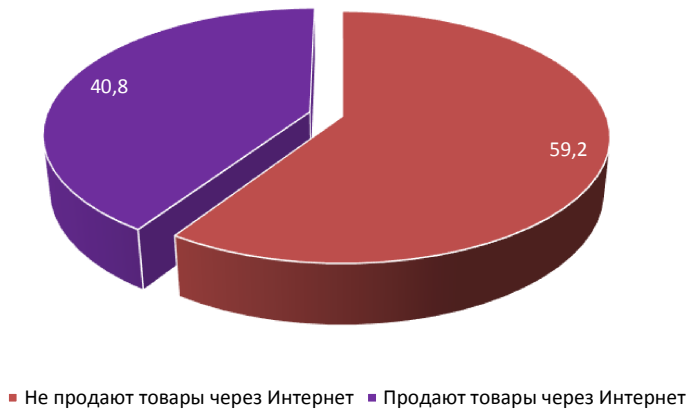


Источник: Росстат, ЦКИ ИСИЭЗ НИУ ВШЭ

40,8% организаций оптовой торговли продавали товары через сеть «Интернет» в IV кв. 2023

15,4% - доля интернет-продаж в общей стоимости проданных товаров

Рис.4. **Доля организаций оптовой торговли, продающих товары через сеть «Интернет», (%)**

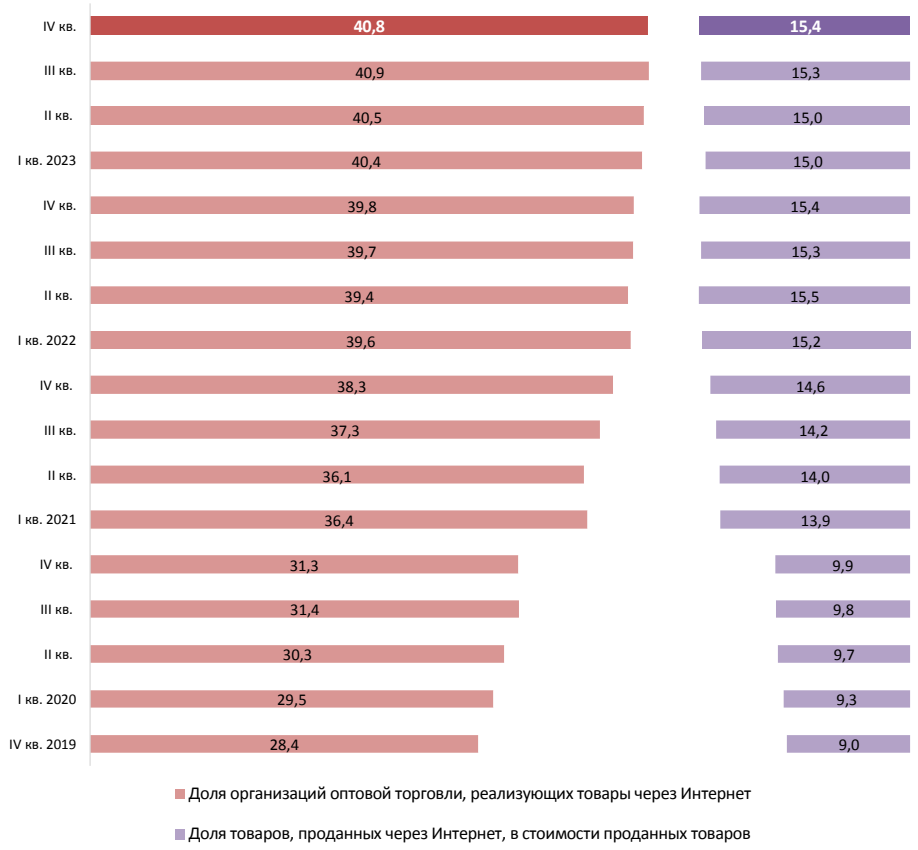


Источник: Росстат, ЦКИ ИСИЭЗ НИУ ВШЭ

В IV квартале 2023 г. доля организаций оптовой торговли, которые продавали товары через Интернет, составила 40,8%. В среднем, в 2023 г. 40,7% организаций вели интернет-торговлю, в то время как в 2022 г. таких компаний было 39,6%, в 2021 г. – 37,0% (в 2019 г. их доля не превышала 30%).

Постепенно увеличивается не только уровень вовлеченности оптовой торговли в онлайн-продажи, но и происходит рост доли товаров, проданных через Интернет. В IV кв. 2023 г. их уровень составил 15,4%, увеличившись на 0,1 п.п. по сравнению с предыдущим кварталом и на 6,4 п.п. по сравнению с 2019 г. По сравнению с 2022 г. прироста динамики не произошло: в IV кв. 2022 г. значение показателя было аналогичное.

Рис.5. **Распределение организаций оптовой торговли, продающих товары через сеть «Интернет», и доля товаров, проданных через сеть «Интернет», в стоимости проданных товаров в IV кв. 2023 г., (%)**



Источник: Росстат, ЦКИ ИСИЭЗ НИУ ВШЭ

Более 50% компаний оптовой торговли следующих видов деятельности используют интернет-продажи:

- Информационное и коммуникационное оборудование;
- Текстильные изделия;
- Бытовые электротовары;
- Мебель, ковры и осветительное оборудование;
- Автомобильные детали, узлы и принадлежности;
- Парфюмерные и косметические товары.

По итогам 2023 г. наибольшая доля электронных продаж (26,0%) зафиксирована в оптовых организациях, занимающихся поставками информационного и коммуникационного оборудования, а также реализующих текстильные изделия (25,7%). Более 60% таких организаций используют интернет-продажи и их средний уровень в общем объеме товарооборота превышает 25%.

Рис.6. **Распределение отраслей оптовой торговли по использованию интернет-продаж и среднему уровню доли электронных продаж в общем объеме товарооборота в IV кв. 2023 г., (%)**

Источник: Росстат, ЦКИ ИСИЭЗ НИУ ВШЭ

На фоне некоторого снижения в квартальном и годовом выражении, наибольшая доля электронных продаж (26,0%) в IV кв. 2023 г. зафиксирована в оптовых организациях, занимающихся поставками информационного и коммуникационного оборудования, наименьшая (1,3%) – в компаниях, реализующих мотоциклы, их детали, узлы и принадлежности (годом ранее – 29,9 и 9,8% соответственно).

Самая высокая интенсивность роста онлайн-продаж по сравнению с предыдущим кварталом отмечена в оптовых организациях, реализующих легковые автомобили и легкие автотранспортные средства (на 1,0 п. п., до 7,9%), сельскохозяйственное сырье и живых животных (на 1,0 п. п., до 14,0%), автомобильные детали, узлы

и принадлежности (на 0,9 п. п. до 18,6%). Наибольший спад динамики произошел в организациях, реализующих парфюмерные и косметические товары (на 1,6 до 17,3%), информационное и коммуникационное оборудование (на 1,1 п.п до 26,0%).

Максимальный прирост интернет — продаж год к году (к IV кв. 2022 г.) зафиксирован в организациях, реализующих текстильные изделия (на 3,8 п.п. до 25,7%), парфюмерные и косметические товары (на 2,7 п.п. до 17,3%), бытовые электротовары (на 1,8 п.п. до 18,2%), одеждой и обувью (на 1,6. п.п. до 15,3%).