

УДК 338.46:339.1:004

ОЦЕНКА СТРУКТУРНОГО ОПЕРЕЖЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ В РОССИИ В УСЛОВИЯХ ИНФЛЯЦИИ И ЖЕСТКОЙ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ

Попов Александр Николаевич

магистрант кафедры общественных финансов

Нижегородский государственный инженерно-экономический университет

E-mail: alexander20_popov@mail.ru

Аннотация

В статье рассматривается динамика интернет-торговли в России в 2022-2025 гг. в условиях инфляции и жесткой денежно-кредитной политики. На основе данных АКИТ, Росстата и Банка России проведен сравнительный анализ темпов роста электронной коммерции, розничного товарооборота и основных макроэкономических показателей. Предложен индекс цифрового опережения, позволяющий оценить соотношение темпов развития интернет-торговли и розничной торговли в целом. Установлено, что онлайн-сегмент сохранял реальный рост, несмотря на высокую инфляцию и повышение ключевой ставки. Выявлено увеличение доли интернет-торговли в розничных продажах, свидетельствующее о структурном перераспределении потребительского спроса в пользу цифровых каналов. Результаты исследования позволяют оценить устойчивость интернет-торговли к изменению макроэкономических условий и определить основные направления ее дальнейшего развития. Сделан вывод о возрастающей роли интернет-торговли в снижении транзакционных издержек и трансформации российского потребительского рынка.

Ключевые слова: интернет-торговля, электронная коммерция, маркетплейсы, инфляция, ключевая ставка, розничная торговля, цифровая экономика, транзакционные издержки.

ASSESSING THE STRUCTURAL OUTPERFORMANCE OF E-COMMERCE IN RUSSIA UNDER INFLATION AND TIGHT MONETARY POLICY

Popov Alexander Nikolaevich

Master's Student, Department of Public Finance

Nizhny Novgorod State University of Engineering and Economics

E-mail: alexander20_popov@mail.ru

Abstract

The article examines the dynamics of e-commerce in Russia in 2022-2025 amid inflation and tight monetary policy. Based on data from the Association of Internet Trade Companies (AKIT), Rosstat, and the Bank of Russia, a comparative analysis of the growth rates of e-commerce, retail turnover, and key macroeconomic indicators is conducted. A digital outperformance index is proposed to assess the relationship between the growth rates of e-commerce and total retail trade. The findings show that the online segment maintained real growth despite high inflation and an increase in the key interest rate. The growing share of e-commerce in retail sales indicates a structural shift in consumer demand toward digital channels. The findings make it possible to assess the resilience of e-commerce to changing macroeconomic conditions and identify the main directions for its further development. The article concludes that e-commerce is playing an increasingly important role in reducing transaction costs and transforming Russia's consumer market.

Keywords: e-commerce, online retail, marketplaces, inflation, key rate, retail trade, digital economy, transaction costs.

Введение

Российская розничная торговля в 2022-2025 гг. развивалась в условиях одновременного действия нескольких разнонаправленных факторов: ускорения цифровизации

потребительского поведения, высокой инфляции, роста стоимости заемного капитала и изменения структуры внешнеторговых потоков. В такой среде интернет-торговля перестает быть только удобным каналом покупки и становится самостоятельной инфраструктурой товарного обращения. Она объединяет маркетплейсы, платежные сервисы, логистику последней мили, аналитические инструменты для продавцов и цифровые механизмы управления спросом.

Актуальность исследования определяется тем, что динамика online-сегмента заметно превышает темпы роста традиционной розницы. По данным АКИТ, объем интернет-торговли в России в 2025 г. составил 11,5 трлн. руб., а ее доля в общем объеме розничных продаж достигла 18,8% [1]. Годом ранее объем рынка оценивался почти в 9 трлн. руб., а доля online-канала составляла 16,2% [2]. Важно подчеркнуть, что представленные показатели важны не только для анализа цифровых платформ, но и для оценки структурных изменений в потреблении, занятости, логистике и малом предпринимательстве.

Научная проблема заключается в том, что номинальный рост электронной коммерции часто объясняется общей инфляцией. Однако при корректировке на индекс потребительских цен становится видно, что online-канал растет не только за счет удорожания товаров, но и за счет расширения реального объема операций, повышения частоты заказов и перераспределения спроса из офлайн-канала в цифровую среду. Поэтому цель статьи состоит в количественной оценке структурного опережения интернет-торговли относительно розничной торговли в целом.

Гипотеза исследования: в 2022-2025 гг. интернет-торговля в России демонстрировала устойчивое структурное опережение, так как ее рост сохранялся в реальном выражении и превышал динамику совокупной розницы даже в условиях высокой ключевой ставки. Для проверки гипотезы используются открытые отраслевые и макроэкономические данные, а также расчет индекса цифрового опережения.

Методы и методики

Информационную базу исследования составили опубликованные данные АКИТ об объеме интернет-торговли и ее доле в розничном товарообороте, статистические сведения Росстата об инфляции, а также данные Банка России о ключевой ставке. Для 2022 г. использована оценка АКИТ, опубликованная ИОН РАНХиГС: оборот интернет-торговли составил 4,98 трлн. руб. при доле 11,6% в розничных продажах [10]. Для 2023 г. использована оценка АКИТ, опубликованная «Интерфаксом»: 6,4 трлн. руб. и доля 13,8% [7]. Для 2024 и 2025 гг. использованы публикации АКИТ [1; 2].

Методика включает три расчетных блока. Первый блок – оценка номинального темпа роста интернет-торговли:

$$gE_t = \left(\frac{E_t}{E_{t-1}} - 1 \right) * 100\%, \quad (1)$$

где E_t – объем интернет-торговли в году t .

Второй блок – расчет реального темпа роста online-сегмента с поправкой на инфляцию:

$$gR_t = \left(\frac{1 + \frac{gE_t}{100}}{1 + \frac{p_t}{100}} - 1 \right) * 100\%, \quad (2)$$

где p_t – инфляция за соответствующий год.

Третий блок – расчет индекса цифрового опережения, показывающего отношение темпа роста интернет-торговли к темпу роста розничной торговли в целом:

$$IDO_t = \frac{gE_t}{gRetail_t}, \quad (3)$$

Если IDO_t больше 1, online-сегмент растет быстрее совокупной розницы; если показатель стабильно выше 2, можно говорить о структурном перераспределении спроса в пользу цифрового канала. Общий объем розничной торговли для 2022-2025 гг. рассчитан обратным способом через известные значения объема интернет-торговли и ее доли в рознице:

$$Retail_t = \frac{E_t}{s_t}, \quad (4)$$

где s_t – доля online-канала.

Исходные макроэкономические и отраслевые данные для расчета систематизированы в табл. 1.

Таблица 1 – Исходные макроэкономические и отраслевые данные для расчета

Год	Объем интернет-торговли, трлн.. руб.	Доля интернет-торговли в рознице, %	Инфляция, %	Ключевая ставка на конец года, %
2022	4,98	11,6	11,94	7,5
2023	6,40	13,8	7,42	16,0
2024	9,00	16,2	9,52	21,0
2025	11,50	18,8	5,59	16,0

Источник: составлено автором по данным АКИТ, Банка России и публикациям Росстата [1; 2; 4; 5; 7; 8; 10]

В табл. 1 видно, что интернет-торговля росла в период, когда макроэкономическая среда была неоднородной. В 2022 г. высокая инфляция сочеталась с резким изменением денежно-кредитных условий; в 2023-2024 гг. ключевая ставка к концу года выросла до 16% и 21% соответственно [5]. При этом online-канал не только сохранял рост, но и увеличивал долю в рознице.

Результаты

Расчеты показывают, что за 2022-2025 гг. объем интернет-торговли вырос с 4,98 до 11,5 трлн. руб. Совокупный номинальный прирост составил 130,9%, а среднегодовой темп роста (CAGR) – 32,2%. Доля online-канала в розничной торговле увеличилась с 11,6% до 18,8%, то есть на 7,2 процентного пункта, или примерно на 62,1% относительно уровня 2022 г. Это означает, что речь идет не о временном всплеске спроса, а о закреплении новой модели потребительского поведения. На рис. 1 показана синхронная динамика двух показателей: абсолютного объема интернет-торговли и ее доли в рознице.

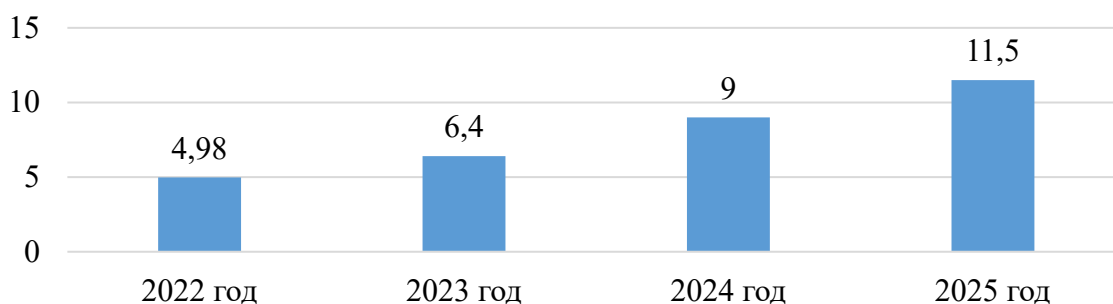


Рисунок 1 – Динамика объема интернет-торговли и ее доли в розничной торговле России, 2022–2025 гг.

Важная особенность состоит в том, что рост доли online-канала происходил даже в годы высокой инфляции и жестких процентных условий. Следовательно, интернет-торговля выступала не только ценовым, но и институциональным каналом адаптации потребителей и продавцов.

Результаты табл. 2 подтверждают гипотезу исследования. В 2023 г. номинальный рост интернет-торговли составил 28,5%, а реальный рост после корректировки на инфляцию – 19,6%. В 2024 г. реальный рост достиг 28,4%, несмотря на ускорение инфляции до 9,52% и повышение ключевой ставки до 21%. В 2025 г. номинальный рост замедлился до 27,8%, однако реальный рост остался высоким – 21,0%. Таким образом, даже после устранения инфляционного эффекта online-сегмент демонстрировал двузначную положительную динамику.

Таблица 2 – Расчет реального роста и индекса цифрового опережения

Год	Номинальный рост интернет-торговли, %	Реальный рост интернет-торговли, %	Номинальный рост розницы, %	Индекс цифрового опережения
2022	-	-	-	-
2023	28,5	19,6	8,0	3,55
2024	40,6	28,4	19,8	2,05
2025	27,8	21,0	10,1	2,75

Индекс цифрового опережения показывает, что в 2023 г. интернет-торговля росла в 3,55 раза быстрее расчетного оборота розницы в целом, в 2024 г. – в 2,05 раза, в 2025 г. – в 2,75 раза. Значение индекса выше единицы во всех расчетных периодах означает устойчивое перераспределение потребительского спроса. Значение выше двух указывает, что online-канал не просто повторяет общую динамику розничного рынка, а формирует собственный контур роста.

Обсуждение

Полученные результаты можно интерпретировать через теорию трансакционных издержек. Цифровая платформа уменьшает издержки поиска товара, сравнения цен, взаимодействия продавца и покупателя, приема платежа, организации доставки и возврата. Именно поэтому интернет-торговля может расти быстрее классической розницы даже в условиях дорогих кредитов. Высокая ключевая ставка ограничивает инвестиционные возможности бизнеса, но одновременно усиливает значение каналов, позволяющих быстрее оборачивать запасы и точнее управлять спросом.

В современной научной литературе маркетплейсы рассматриваются как сложные бизнес-модели, объединяющие торговую площадку, логистическую инфраструктуру, платежный контур, рекламную систему и инструменты аналитики [3; 6; 9]. Это особенно важно для малого и среднего предпринимательства: цифровая платформа снижает барьеры входа на рынок, но одновременно повышает зависимость продавца от правил платформы, алгоритмов ранжирования и комиссионной политики. Поэтому рост интернет-торговли имеет двойственный характер: с одной стороны, он расширяет рынок сбыта, с другой – усиливает платформенную концентрацию.

Отдельного внимания заслуживает региональный аспект. По данным АКИТ за 2025 г., 96,2% онлайн-продаж приходилось на российские интернет-магазины и отечественные цифровые платформы, тогда как трансграничная торговля занимала 3,8% [1]. Это означает, что развитие рынка в большей степени определяется внутренней логистикой, региональной инфраструктурой пунктов выдачи заказов и цифровой зрелостью российских продавцов. В 2024 г. аналогичная структура также была выраженной: 97% объема приходилось на покупки в российских интернет-магазинах и на отечественных маркетплейсах [2].

Содержательно рост online-канала связан не только с крупными покупками, но и с повседневным потреблением. В 2025 г. на продукты питания, доставку из магазинов и готовую еду приходилось 18,8% структуры интернет-торговли; в 2024 г. эта категория впервые заняла первое место с долей 16,9% [1; 2]. Это усиливает устойчивость e-commerce, так как рынок становится менее зависимым от единичных покупок электроники или одежды и все больше опирается на регулярный спрос.

Однако устойчивость роста не означает отсутствия рисков. Наиболее значимыми ограничениями являются рост логистических издержек, высокая конкуренция продавцов внутри платформ, давление на маржинальность, регуляторные изменения и зависимость от платформенных алгоритмов. Современные исследования подчеркивают, что следующий этап развития электронной коммерции будет связан не только с расширением оборота, но и с повышением качества бизнес-моделей, развитием аналитики, управлением эффективностью продаж и переходом к более зрелым каналам взаимодействия с потребителем [6; 8].

Заключение

Проведенное исследование показало, что интернет-торговля в России в 2022-2025 гг. демонстрировала выраженное структурное опережение относительно розничной торговли в целом. Номинальный объем рынка увеличился более чем в 2,3 раза, а доля online-канала в рознице выросла с 11,6% до 18,8%. Расчеты реального роста подтвердили, что динамика e-commerce не сводится к инфляционному эффекту: в 2023–2025 гг. online-сегмент сохранял двузначный рост в сопоставимом выражении.

Научная значимость работы состоит в предложении индекса цифрового опережения как простого расчетного инструмента для оценки структурного сдвига в розничной торговле. Индекс показал, что интернет-торговля в рассматриваемый период росла в 2,05–3,55 раза быстрее совокупной розницы. Практическое значение результатов заключается в том, что для продавцов и региональных производителей online-канал следует рассматривать не как вспомогательный инструмент, а как стратегическую инфраструктуру доступа к спросу.

Перспективы дальнейших исследований связаны с построением региональной модели: в нее целесообразно включить плотность пунктов выдачи заказов, уровень доходов населения, долю городского населения, проникновение мобильного интернета, логистические тарифы и показатели конкуренции на маркетплейсах. Такой подход позволит перейти от макроуровневой оценки к объяснению территориальных различий цифровой торговли.

Литература

1. 11,5 трлн. рублей: АКИТ подвела итоги интернет-торговли за 2025 год // Ассоциация компаний интернет-торговли. – URL: <https://akit.ru/news/11-5-trln-rublej-akit-podvela-itogi-internet-torgovli-za-2025-god> (дата обращения: 08.07.2026).
2. Балакшин И.С. Бизнес-модели маркетплейсов: классификация, типология и особенности / И.С. Балакшин // Экономика, предпринимательство и право. – 2024. – Т. 14, № 6. – С. 2855-2874.
3. Банк России. Инфляция за 2025 год стала самой низкой с 2020 года. – URL: <https://www.cbr.ru/press/event/?id=28251> (дата обращения: 08.07.2026).
4. Банк России. Ключевая ставка Банка России. – URL: https://www.cbr.ru/hd_base/keyrate/ (дата обращения: 08.07.2026).
5. Егоров Д.О. Формирование системы показателей оценки эффективности торговли на маркетплейсах / Д.О. Егоров, А. Ю. Анисимов // Экономика, предпринимательство и право. – 2025. – Т. 15, № 1. – С. 243–256.
6. Козырев А.В. Роль цифровых аналитических инструментов в развитии предпринимательства в сфере e-commerce / А.В. Козырев // Экономика, предпринимательство и право. – 2025. – Т. 15, № 2. – С. 1171-1190.
7. Оборот интернет-торговли в России за 2022 год увеличился почти на 30% // Институт общественных наук РАНХиГС. – URL: <https://ion.ranepa.ru/news/> (дата обращения: 08.07.2026).
8. Объем интернет-торговли в России в 2024 году увеличился на 41% // Ассоциация компаний интернет-торговли. – URL: <https://akit.ru/news/obyom-internet-torgovli-v-rossii-v-2024-godu-uvelichilsya-na-41> (дата обращения: 08.07.2026).
9. Объем интернет-торговли РФ за 2023 год вырос на 28%, до 6,4 трлн. руб. // Интерфакс. – URL: <https://www.interfax.ru/russia/945602> (дата обращения: 08.07.2026).
10. Росстат оценил инфляцию в РФ в 2024 году в 9,52% // Интерфакс. – URL: <https://www.interfax.ru/business/1003113> (дата обращения: 08.07.2026).