**Удк 658.6**

**ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РАЗВИТИЕ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ**

**В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ**

**Шамсадова Малика Шарпудиновна**  студент 2 курса профиля финансы и кредит, Чеченский государственный университет имени А.А. Кадырова, Грозный, id.952000@gmail.com

**Shamsadova Malika Sharpudinovna**

2rd year student of Finance and credit profile,

Chechen State University named after A.A.Kadyrova,

Grozny, id.952000@gmail.com

**Ибрагимова Элина Саламбековна** ассистент кафедры финансы, кредит и антимонопольное регулирование Чеченский государственный университет имени А.А. Кадырова, Грозный, elli1888@mail.ru

**Ibragimova Elina Salambekovna**

Assistant of the Department of Finance, Credit and Antimonopoly Regulation

Chechen State University named after A.A.Kadyrova,

Grozny, elli1888@mail.ru

**Аннотация:** В последнее время электронная торговля начала играть очень важную роль в российской экономике. Во всем мире, в частности и в России, наряду с развитием экономики и технологий происходят изменения и в секторе розничной торговли . Продолжающаяся цифровизация нашей экономики ведет к далеко идущим изменениям во многих сферах нашей жизни. Торговля не является исключением: дистанционные формы совершения покупок становятся всё более препочтительными для потребителей. Сектор электронной торговли бурно развивается и в этих условиях стоит необходимость изучения факторов, влияющих на его развитие.

**Ключевые слова:** интернет-торговля, цифровизация, электронная торговля, интернет-реклама, маркетинговые технологии.

В современном мире активно происходит процесс цифровизации, который так или иначе охватывает все сферы деятельности. Он приводит к изменениям в привычных нам процессах экономической деятельности. Чтобы поддерживать и повышать конкурентоспособность экономики России очень важно точно прогнозировать эти изменения, определять факторы, наиболее сильно влияющие на отраслевое развитие, и, конечно, предусматривать дальнейшую динамику их развития.

Несомненно, процессы цифровизация не обошли стороной такую сферу как торговля. В настоящее время наблюдается изменение потребительских предпочтений в сторону онлайн-форматов, конкретно интернет-торговли. Интернет-торговля представляет собой процесс продажи товара или оказания услуги потребителю через электронные торговые площадки, сайты, маркетплейсы, приложения и социальные сети.

В последнее время формируются факторы и условия, под воздействием которых стимулируется развитие сектора электронной торговли в экономике Российской Федерации. Рост объема рынка интернет-торговли в России представлен на рисунке 1

Рис. 1. Рост объема рынка интернет-торговли в России, трлн рублей

Пандемия Covid-19 оказала сильное воздействие на развитие электронной торговли в России. Она стала одним из основных направлений розничной торговли в российской экономике, ведь в условиях прошедшего карантина, производители и продавцы могли заниматься продажей и поставкой своей продукции конечным потребителям только через Интернет-платформы.

В 2015 году объем рынка интернет-торговли составлял 0,71 трлн рублей, а в 2020 году увеличился до 1,7 трлн рублей. Исходя из этого, за 5 лет объем рынка интернет-торговли в Российской Федерации возрос в 2,5 раз.

Так же, в развитии интернет-торговли большую роль играет развитие инновационной экономики в Российской Федерации. Под инновационной экономической системой понимается система, фундаментальной основой развития которой является технологическое обеспечение. Объем производства инновационных товаров, услуг и работ за временной промежуток с 2010 по 2020 годы увеличился почти в 4,5 раз. Он вырос с 1,2 трлн рублей до 5,2 трлн рублей. В размере расходов предприятий на ведение инновационной деятельности за эти же 10 лет также наблюдается рост с 0,4 трлн рублей до 2,1 трлн рублей.

Распространение широкополосного Интернета является 3 основным фактором, влияющим на развитие электронной торговли в Российской Федерации. В 2020 году 77% домашних хозяйств имели доступ к широкополосному интернету . Широкополосным называется высокоскоросной интернет.

Продолжая анализ, нужно отметить то, что количество интернет-пользователей в наше стране стремительно увеличивается. Так, на территории Российской Федерации в 2020 году находилось 33,8 млн человек, имеющих доступ к интернету.

Доля домашних хозяйств, имеющих доступ к сети Интернет также увеличилась с с 48,4% до 80% за 10 лет с 2010 по 2020 годы. Развитие данных показателей благоприятно повлияло на развитие сектора интернет-торговли в России.

Распространение цифровых маркетинговых технологий является следующим ключевым фактором, который стимулирует развитие электронной торговли в Российской Федерации .В настоящее время наблюдается увеличение сети Интернета как источника рекламного продвижения. На рисунке 2 изображена динамика роста Интернет-рекламы России за 2019-2021 гг., млрд рублей

Рис.2 Динамика роста Интернет-рекламы России за 2019-2021 гг., млрд рублей

В наше время предприниматели сталкиваются с проблемой слишком большого количества конкурентов. Так как производителей схожего товара одного качества и ценового диапозона много, нужно уметь привлекать потребительское внимание именно к своему товару. Самым очевидным выходом из ситуации является применение маркетинговых технологий и улучшение качества сервиса. Благодаря развитию своих социальных сетей, сотрудничества с медийными личностями предприниматели могут обратить внимание покупателей на свой товар. Интернет-реклама становится основным выбором современных предпринимателей для осуществления рекламы своих предприятий и организаций, поэтому наблюдается положительная динамика роста интернет-рекламы. С 2019 по 2021 год объем интернет-рекламы увеличился почти на 70 млрд рублей.

Под влиянием процесса цифровизации на экономику формируются новые технологии и способы осуществления системы интернет-рекламы компаний, приводящие к увеличению охватов потенциальной ЦА и совершенствованию показателей маркетинговой эффективности и процесса продаж. Главным фактором в развитии технологий интернет-рекламы является цифровая экономическая трансформация России.

Список использованных источников:

*1. Российский статистический ежегодник. URL: https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/12994 (дата обращения: 29.11.2022)*

*2. Абдрахманова Г.И., Вишневский К.О., Гохберг Л.М. и др. Цифровая экономика: 2021: краткий стати-стический сборник / Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: НИУ ВШЭ, 2021. 124 с.*

*3. Матузенко Е.В., Глазунова О.А., Изварин А.А. Тенденции, проблемы и перспективы развития элек-тронной коммерции в сфере Интернет-торговли // Вестник Белгородского университета кооперации, эко-номики и права. 2021. № 1 (86). С. 197 – 206.*

*4. Антипин Ф.А. Омниканальная торговля в России в реалиях современной экономической ситуации // Российское предпринимательство. 2017. № 5. С. 733 – 748.*

*5. Рекламный рынок России. URL: http://www.akarussia.ru/node/7849 (дата обращения: 29.11.2022)*