

УДК 338.242.2:004.738.5(470.64) + 347.7:004.738.5

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ В РЕГИОНЕ РОССИИ: ВЫЗОВЫ И ВЕКТОРЫ РАЗВИТИЯ

¹А.М. Кипкеева, ²Д.Т. Байчоров, ³К.Н. Тхокохова, ⁴М.Х. Байрамуков, ⁵А.М. Чегемлиева

¹ Северо-Кавказская государственная академия, Черкесск, email: asya-Ki@yandex.ru

² Северо-Кавказская государственная академия, Черкесск, email: baychorov_2001@mail.ru

³ Северо-Кавказская государственная академия, Черкесск, email: iabdiev18@gmail.ru

⁴ Северо-Кавказская государственная академия, Черкесск, email: bayramukovm@internet.ru

⁵ Северо-Кавказская государственная академия, Черкесск, email: chegemliyeva@mail.ru

Аннотация. Настоящая статья посвящена исследованию проблем развития электронной коммерции в Карачаево-Черкесской Республике. В ходе исследования авторами выявлены основные проблемы и векторы развития электронной торговли в регионе, к которым следует отнести развитие цифровой грамотности населения, организацию стажировок студентов высших учебных заведений на российских маркетплейсах и развитие Интернет-инфраструктуры в сельской местности. Целью исследования является анализ влияния социальных сетей и мессенджеров на развитие электронной коммерции в Карачаево-Черкесской Республике. Материалами исследования выступили исследования отечественных ученых в области цифровой экономики и собственные наблюдения авторов успешных практик предпринимателей КЧР, законодательные и нормативно-правовые акты, регулирующие электронную торговлю. Методами исследования выступили сравнительный анализ традиционных интернет-магазинов и цифровых платформ на базе социальных сетей и мессенджеров. Объект исследования — электронная торговля, осуществляемая предпринимателями Карачаево-Черкесской Республики как субъектов МСП.

Ключевые слова: электронная торговля (коммерция), регионы России, вызовы и векторы развития.

E-COMMERCE IN THE RUSSIAN REGION: CHALLENGES AND DEVELOPMENT VECTORS

¹A.M. Kipkeeva, ²D.T. Baychorov, ³K.N. Tkchokokhova, ⁴M.H. Bayramukov, ⁵A.M. Chegemliyeva

¹ North Caucasus State Academy, Cherkessk, email: asya-Ki@yandex.ru

² North Caucasus State Academy, Cherkessk, email: baychorov_2001@mail.ru

³ North Caucasus State Academy, Cherkessk, email: iabdiev18@gmail.ru

⁴ North Caucasus State Academy, Cherkessk, email: bayramukovm@internet.ru

⁵ North Caucasus State Academy, Cherkessk, email: chegemliyeva@mail.ru

Abstract. This article is devoted to the study of the problems of e-commerce development in the Karachay-Cherkess Republic. During the study, the authors identified the main problems and vectors of e-commerce development in the region, which include the development of digital literacy among the population, the organization of internships for university students on Russian marketplaces, and the development of Internet infrastructure in rural areas. The purpose of the study is to analyze the impact of social networks and messengers on the development of e-commerce in the Karachay-Cherkess Republic. The study is based on research conducted by Russian scientists in the field of digital economy and the authors' own observations of successful business practices in the KChR. The study also examines the legislative and regulatory frameworks governing e-commerce. The research methods included a comparative analysis of traditional online stores and digital platforms based on social networks and messengers. The object of the study was e-commerce conducted by entrepreneurs in the Karachay-Cherkess Republic as SMEs.

Keywords: electronic trade (commerce), Russian regions, challenges, and development vectors.

Дата поступления статьи в редакцию: 10.12.2025

Дата принятия статьи в печать: 15.01.2026

Введение

С развитием цифровизации отраслей и сфер российской экономики наблюдается стремительный рост ведения электронной торговли с помощью социальных сетей и мессенджеров. Ускоренному росту

электронной торговли способствовала пандемия Covid-19. В этот период население всего мира вынужденно было уйти на самоизоляцию, что в конечном счете привело к тектоническому сдвигу потребительского поведения. В указанный период мессенджеры и социальные сети использовались не как средство коммуникации, а как торговые площадки, давая импульс развитию e-commerce, social-commerce. Данный феномен стал особенно значимым для регионов России, где особо развит малый и средний бизнес (МСП). Карачаево-Черкесская Республика (КЧР) не исключение.

Пандемия Covid-19 стала катализатором цифровизации для населения Карачаево-Черкессии, где создание классического интернет-магазина с использованием мессенджеров было экономически обоснованным. Таким образом социальные сети и мессенджеры стали быстрым и доступным решением для ведения электронной коммерции практически для всех регионов Север-Кавказского федерального округа (СКФО). Создание интернет-магазина требует вложений в разработку торговой площадки (сайта) в отличие от создания каналов связи с использованием VK, Telegram, требующие наличие смартфона и доступа к глобальной сети Интернет с незначительными затратами времени на ведение и продвижение электронной коммерции. Сегодня социальные сети и мессенджеры оптимизированы для работы с любых мобильных устройств. Отправка голосовых и текстовых сообщений, просмотр ленты новостей потребляют меньше ресурсов чем просмотр изображений и видеороликов на официальных сайтах интернет-магазинов. В Карачаево-Черкессии, где «сарафанное радио» и «кредит доверия», личные рекомендации покупателей имеют большое значение, бизнес основан на личном контакте. Потенциальные покупатели товаров и услуг имеют возможность видеть лицо продавца, задать интересующие вопросы о товаре, цене, скидках, доставке, просмотреть «историю» продавца, что создает высокий уровень доверия.

Цель исследования

Цель исследования — анализ влияния социальных сетей и мессенджеров на развитие электронной коммерции в Карачаево-Черкесской Республике.

Материал и методы исследования

Материалами исследования выступили исследования отечественных ученых в области цифровой экономики и собственные наблюдения авторов успешных практик предпринимателей КЧР, законодательные и нормативно-правовые акты, регулирующие электронную торговлю.

Методами исследования выступили сравнительный анализ традиционных интернет-магазинов и цифровых платформ на базе социальных сетей и мессенджеров.

Объект исследования — электронная торговля, осуществляемая предпринимателями Карачаево-Черкесской Республики как субъектов МСП.

Результаты исследования

Развитию электронной коммерции в России и за рубежом посвящены труды отечественных и зарубежных авторов. Так, в своих трудах Барков И.Н и другие пишут «...цифровые технологии, широкий охват Интернета, новые потребности клиентов создают предпосылки для выстраивания новых бизнес-моделей, ориентированных на удовлетворение потребностей пользователей в режиме 24/7. Китай выступает в качестве самого крупного рынка онлайн-торговли. Именно Китай является лидером на мировом рынке электронной коммерции. Китайские потребители в большей степени отдают предпочтение онлайн-покупкам, поскольку это удобно, экономично и всегда существует широкий выбор. Среди мировых лидеров рынок электронной коммерции Китая является самым динамичным. В мировом электронном товарообороте Китай занимает 53,46%. Около 23% приходится на США, 5% на Японию, 4,31% на Великобританию и 3,2% на Германию. Отметим, что в Китае, онлайн-продажи в 2021 году составили 42,3 трлн. юаней, в 2023 году возросли на 3,44 трлн. юаней и составили 45,74 трлн. юаней. Примечательно, что доля Интернет-покупок в ВВП Китая по итогу 2022 года составила 11,7%, что занимает первое место в мире» [1].

Рассмотрим развитие Интернет-торговли в Карачаево-Черкесской Республике (табл. 1).

Как показано в таблице 1, за исследуемый период наблюдается стремительный рост электронной торговли практически во всех сферах жизнедеятельности человека.

В своих исследованиях С.Л. Иманов выявил эмоциональную составляющую клиентов. Автор отмечает, что «рост цифровой экономики способствует появлению новых ожиданий у потребителей, которые ценят персональный подход, стремятся к комфортному взаимодействию с брендом через различные каналы. Чтобы соответствовать этому, компании используют технологии, такие как искусственный

интеллект, машинное обучение, расширяя возможности анализа клиентских предпочтений, создавая условия для гибкого обслуживания. Использование интуитивно понятной платформы, а также ориентация на потребности клиентов способствуют формированию доверия и позитивных ожиданий от взаимодействия с брендом» [2]. Для Карачаево-Черкесской Республики характерны следующие вызовы:

1. Низкий уровень цифровой грамотности, в особенности для предпринимателей в возрасте 50 лет и старше.
2. Низкий уровень доверия к онлайн-платежам более старшего поколения.
3. Недостаточный уровень квалифицированных кадров в сфере цифровой торговли и IT.
4. Неравные цифровые условия между городским и сельским населением.

Таблица 1

Динамика оборотов интернет-торговли Карачаево-Черкессии по категориям товаров за 2021-2023 гг., млн. руб. [8]

Наименование товаров	2021 год		2022 год		2023 год	
	Локальные	Трансграничные	Локальные	Трансграничные	Локальные	Трансграничные
Автозапчасти и автоксессуары	198,81	25,66	211,88	18,45	242,55	16,41
Аксессуары	68,41	9,87	137,45	1,46	324,11	2,78
Аптеки	35,76	0,12	43,27	0,00	94,03	0,98
Зоомагазины	28,50	0,36	73,07	0,00	157,15	1,73
Инструменты и садовая техника	35,50	0,09	136,72	0,12	324,72	3,60
Книги	51,68	2,19	74,07	0,12	110,16	0,88
Красота и здоровье	332,05	19,58	518,77	10,90	100,71	16,19
Мебель и товары для дома	502,95	94,48	970,50	67,40	1656,81	61,94
Одежда и обувь	625,40	141,72	965,43	30,08	1948,90	20,28
Подарки и цветы	20,30	9,34	42,36	0,92	55,21	0,82
Продукты питания	233,55	100,20	438,31	19,82	574,69	4,81
Прочие товары	204,12	12,86	65,72	13,43	70,72	23,43
Спорттовары	86,87	9,14	162,02	6,39	353,13	8,89
Товары для детей	240,70	3,57	336,23	0,12	504,28	3,23
Товары для творчества	37,17	0,13	69,56	0,51	229,23	4,36
Цифровая и бытовая техника	1044,58	159,00	1198,11	108,49	1535,47	89,88
Цифровые товары	0,00	0,00	0,00	0,00	320,49	57,12
Ювелирные изделия и часы	12,00	0,81	49,41	0,49	111,85	1,01

Далее рассмотрим общий товарооборот электронной коммерции в Карачаево-Черкесской республике. А.С. Обуховой описываются риски – «Рост цифровых продаж увеличивает количество данных о клиентах, создавая риски для их конфиденциальности. Мошеннические схемы, взлом аккаунтов и утечка личных данных – все это может стать одной из ключевых угроз для потребителей. Неравенство в технологиях кибербезопасности между мелким и крупным бизнесом делает первый более уязвимым. Ускоренное развитие цифровой торговли может обострить разрыв между городами с развитой интернет-инфраструктурой и отдаленными регионами, где доступ к интернету и доставки ограничен. Малые компании без цифровой трансформации рискуют потерять заработок и клиентов» [4]. В своих трудах С.Н. Хамраева описывает положительные стороны электронной коммерции, к которым относит: «...электронная коммерция позволяет потребителю ускорить оборот капитала, значительно снизить транзакционные издержки, активизировать процессы реконструкции региональных хозяйственных комплексов. Развитие национальной электронной коммерции сокращает время подготовки и проведения торговых операций, положительно влияет на усиление конкуренции среди местных производителей, способствует снижению цен на товары и услуги, повышает качество товаров и услуг, создает новые рабочие места» [6]. Труды Е. Чжили, В.В. Овисячук посвящены развитию маркетплейсов в электронной торговле, где авторы опи-

сывают также недостатки электронной торговли «...с популярностью маркетплейсов возникли и новые вызовы, как для предпринимателей, так и для потребителей. Высокая доступность платформ для продавцов привела к ослаблению контроля качества товаров. Так, например, на Wildberries нередко встречаются подделки, несертифицированные продукты или товары, бывшие в употреблении. С увеличением числа участников на маркетплейсах усиливается конкуренция, что вынуждает многих продавцов снижать цены, сокращая тем самым свою прибыль» [5, 7].

Общий объем товарооборота интернет-торговли Карачаево-Черкесской Республики за 2021-2023 годы представлен на рисунке 1.

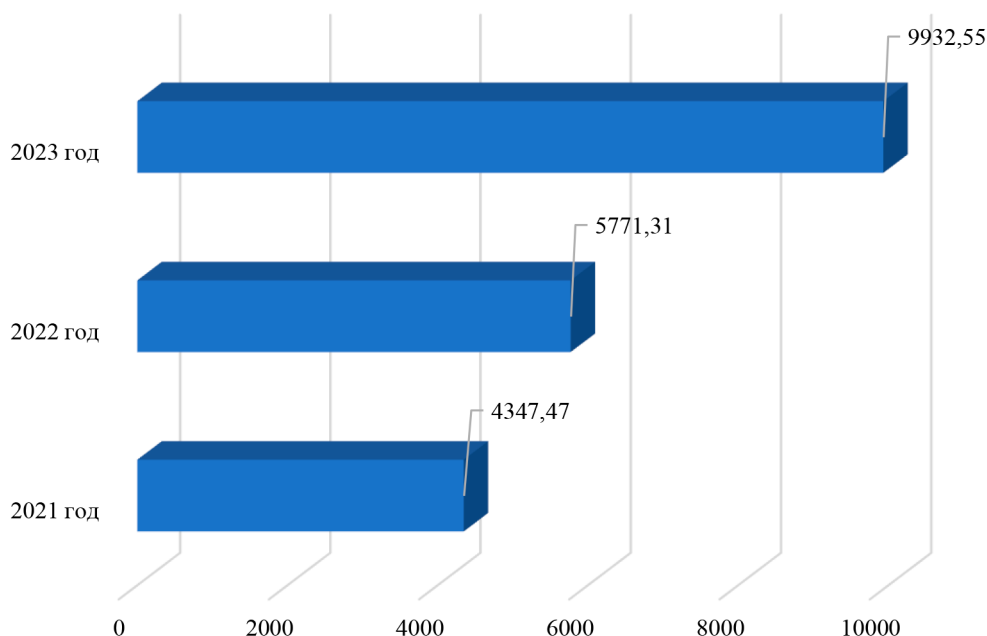


Рис. 1. Общий объем товарооборота интернет-торговли Карачаево-Черкессии за 2021-2023 годы, млн. руб. [8]

По данным рисунка 1 видно, что за исследуемый период объем товарооборота вырос на 5585,08 млн. рублей или почти в 22 раза. Данные цифры подтверждают, что население республики отдает предпочтение совершать онлайн покупки. Стремительный рост электронной торговли в регионе связан с пандемией Covid-19, ростом ассортимента продукции на различных торговых площадках, активным вовлечением малого и среднего предпринимательства в онлайн-торговлю и ростом цифровой грамотности среди предпринимателей Карачаево-Черкессии.

Следует также отметить тот факт, что пандемия Covid-19 стала катализатором цифровизации отраслей и сфер экономики. Вынужденная самоизоляция населения республики побудила совершать не только онлайн-покупки, но и онлайн-продажи с помощью социальных сетей и мессенджеров. Немаловажным фактором для населения республики является то, что создание интернет-магазина с помощью социальных сетей требует подключения к глобальной сети Интернет и наличия мобильного телефона. т.е. не требует серьезных вложений на разработку собственного сайта.

Выводы

В условиях Карачаево-Черкесской Республики для развития электронной коммерции необходимо:

- во-первых, создать программы повышения квалификации для возрастной категории 50 лет и старше в виде коротких видео обращений, а для клиентов разработать курсы под названием «безопасный покупатель», позволяющий выявить мошеннические схемы с использованием социальных сетей и мессенджеров;
- во-вторых, в регионе необходимо модернизировать образовательные программы, т.е. ввести определенные дисциплины, например, цифровая экономика, электронная коммерция и т.д.;
- в-третьих, организовать систему стажировок студентов и выпускников высших учебных заведений в российских маркетплейсах (Ozon, Wildberries, VK Market и т.д.);
- в-четвертых, развивать Интернет-инфраструктуру в сельских территориях Карачаево-Черкесской Республики;

— в-пятых, совершенствовать правовое регулирование и меры по обеспечению кибербезопасности. Для этих целей необходимо совершенствование действующего российского законодательства в сфере электронной коммерции, киберпреступности и кибербезопасности. Также необходимо рассмотреть возможность предоставления расширенных полномочий банковской сфере и правоохранительным органам с целью оперативного реагирования на подозрительные транзакции и противодействия кибермошенничеству.

Также на региональном уровне целесообразно создать телефоны горячей линии для получения жалоб на кибермошенничество от пострадавших и разработка региональных программ для обеспечения кибербезопасности для малого и среднего предпринимательства в Карачаево-Черкессии.

В предыдущих наших исследованиях было предложено следующее: «эффективность мер по борьбе с мошенничеством необходимо решать на законодательном уровне. Для этих целей необходимо на законодательном уровне расширить полномочия банков и правоохранительных органов в решении проблем с поимкой злоумышленников. В связи с этим предлагаем ввести законодательный акт, позволяющим банкам накладывать арест на подозрительные транзакции участников мошеннических схем. Арест необходимо накладывать после официального обращения потерпевших в правоохранительные органы или в банк «до выяснения обстоятельств». Данные меры будут способствовать эффективности по поиску злоумышленников.

Литература

1. Барков И.М., Третьякова И.Н., Ершов Н.Ю., Свеженцева А.С. Зарубежная практика развития электронной коммерции в условиях цифровизации // ЕГИ. 2025. № 1 (57). EDN: UYMUVT.
2. Иманов С.Л. Стратегии повышения лояльности клиентов в электронной коммерции // Universum: экономика и юриспруденция. 2025. № 1 (123). DOI: 10.32743/UniLaw.2025.123.1.19077 EDN: IXVHUN.
3. Кипкеева А.М., Байчоров Д.Т., Токбаева М.И. Анализ мошеннических схем на маркетплейсах при удаленной работе // Управленческий учет. 2024. № 8. С. 19-25. EDN: SHFSNO.
4. Обухова А.С., Беляева О.В., Булгакова А.А., Ершов Н.Ю. Тенденции управления электронной коммерцией в условиях цифровизации // Вестник Академии знаний. 2025. № 2 (67). EDN: MKXIDG.
5. Овсячук В.В., Соклакова И.В., Кузьмина Е.Ю., Кочкурова Е.О. Современное состояние, пути совершенствования и перспективы развития электронной торговли на маркетплейсах // Экономические системы. 2023. № 2. С. 53-62. DOI: 10.29030/2309-2076-2023-16-2-53-62 EDN: LLQLAY.
6. Хамраева С.Н., Равшанова Н.У. Перспективы развития электронной коммерции // Экономика и социум. 2023. № 10 (113)-2. EDN: BCZCER.
7. Чжили Е. Развитие маркетплейсов в электронной коммерции // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2024. № 10-3 (97). DOI: 10.24412/2500-1000-2024-10-3-39-41 EDN: QYOYZH.
8. Официальный сайт Управления Федеральной службы государственной статистики по Северо-Кавказскому федеральному округу. [Электронный ресурс]. URL: <https://26.rosstat.gov.ru/folder/32559> (дата обращения: 18.11.2025).