

УДК 339.13
ББК 65.053.5
Р17

А

Рекомендовано к изданию Ученым советом Высшей школы бизнеса
Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»

Авторский коллектив:
В. А. Ребязина, Е. Р. Шарко, С. М. Березка, А. Г. Старков

Под общей редакцией
В. А. Ребязиной

Р17 **Развитие** электронной коммерции в России: влияние пандемии COVID-19 / В. А. Ребязина, Е. Р. Шарко, С. М. Березка, А. Г. Старков ; под общ. ред. В. А. Ребязиной ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики», Высшая школа бизнеса, Департамент маркетинга. — 2-е изд., эл. — 1 файл pdf : 73 с. — Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2023. — (Аналитические доклады Высшей школы бизнеса ВШЭ ; выпуск 3). — Систем. требования: Adobe Reader XI либо Adobe Digital Editions 4.5 ; экран 10". — Текст : электронный.

ISBN 978-5-7598-2479-4

Последние годы рынок электронной коммерции в России демонстрирует высокий темп роста, при этом переломным стал 2020 год: пандемия COVID-19 повлияла на все сферы жизни общества не только в России, но и во всем мире. Аналитический доклад задуман, с одной стороны, как обзор драйверов и барьеров развития рынка электронной коммерции в России, с другой стороны — как поиск ответа на вопрос: спровоцировала ли пандемия COVID-19 рост рынка электронной коммерции или это следствие изменений поведения потребителей в результате смещения предпочтений на онлайн-покупки? Для сбора эмпирических данных в период с 2019 по 2021 год проведено лонгитюдное количественное исследование, выборка которого составила 4394 респондента. На основе полученных данных выявлены факторы, определяющие поведение потребителей на рынке электронной коммерции в России. По результатам анализа разработаны практические рекомендации для руководителей онлайн-бизнеса и обозначены перспективы дальнейших исследований.

УДК 339.13
ББК 65.053.5

Электронное издание на основе печатного издания: Развитие электронной коммерции в России: влияние пандемии COVID-19 / В. А. Ребязина, Е. Р. Шарко, С. М. Березка, А. Г. Старков ; под общ. ред. В. А. Ребязиной ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики», Высшая школа бизнеса, Департамент маркетинга. — Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2021. — 72 с. — (Аналитические доклады Высшей школы бизнеса ВШЭ ; выпуск 3). — ISBN 978-5-7598-2611-8. — Текст : непосредственный.

В соответствии со ст. 1299 и 1301 ГК РФ при устранении ограничений, установленных техническими средствами защиты авторских прав, правообладатель вправе требовать от нарушителя возмещения убытков или выплаты компенсации.

ISBN 978-5-7598-2479-4

© Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики», 2021

А

Об аналитическом докладе.....	4
Структура аналитического доклада.....	7
Executive summary.....	8

Глава 1. Развитие электронной коммерции в России.....10

1.1. Структура рынка электронной коммерции.....	10
1.1.1. Алгоритм определения границ рынка.....	10
1.1.2. Бизнес-модели участников рынка электронной коммерции.....	13
1.1.3. Участники рынка электронной коммерции.....	16
1.2. Специфика развития электронной коммерции на развивающихся рынках на примере России.....	18
1.3. Влияние пандемии COVID-19 на рынок электронной коммерции.....	28

Глава 2. Поведение потребителей на рынке электронной коммерции.....36

2.1. Классификация факторов, влияющих на поведение потребителей на рынке электронной коммерции.....	36
2.2. Специфика поведения потребителей на рынке электронной коммерции в России.....	39
2.3. Операционализация факторов, влияющих на поведение потребителей на рынке электронной коммерции в России.....	43

Глава 3. Как повлияла пандемия COVID-19 на поведение потребителей на рынке электронной коммерции в России?.....45

3.1. Разработка методологии и дизайна эмпирического исследования по выявлению факторов поведения потребителей на рынке электронной коммерции в России.....	45
3.2. Описание выборки эмпирического исследования рынка электронной коммерции в России до и во время пандемии COVID-19.....	48
3.3. Факторы поведения потребителей на рынке электронной коммерции в России до и во время пандемии COVID-19.....	56

Рекомендации и направления дальнейших исследований.....61

Список источников.....	63
------------------------	----