

Торговые агрегаторы и развитие цифровой экономики в России: нормативные и институциональные проблемы

А.В. Клечиков

Аннотация – В статье рассмотрена одна из новейших бизнес-моделей цифровой экономики – торговые агрегаторы. В работе также рассмотрено практическое применение торговых агрегаторов с выделением достоинств и недостатков на текущий период, в том числе в части имеющихся проблем с нормативным регулированием этой сферы бизнеса. Представлен обзор имеющихся статистических данных по отрасли интернет-торговли и обозначены перспективы развития. Статья завершается определением дальнейших путей исследования и разработок, направленных на развитие цифровой экономики в стране.

Ключевые слова – агрегаторы, цифровая экономика, онлайн-торговля, интернет, бизнес-модели.

I. ВВЕДЕНИЕ

Глобальная технологическая революция привела к изменению общих задач экономики предприятий и управления бизнесом. Создаются новые бизнес-модели в виде интернет-платформ, использующих технологии объединения людей, компаний и ресурсов в интерактивной экосистеме. Интернет прошел долгий путь развития, прежде чем стать платформой для электронной коммерции, интернет-рекламы и маркетинга. Россия занимает первое место в Европе по количеству интернет-пользователей [1], однако европейцы более активны в части совершения покупок через интернет.

Одним из экономически-значимых направлений развития интернета за последнее десятилетие стало появление и прочное обоснование на рынке торговых агрегаторов. В рамках данной статьи под агрегированием мы будем понимать маркетинговую стратегию электронной коммерции, предоставляющую единую виртуальную площадку, аккумулирующую на своем информационном ресурсе как поставщиков, так и потребителей товаров и услуг для облегчения процесса их взаимодействия и увеличения объемов продаж.

Агрегатор, в этом случае, представляет собой программную платформу с единым пользовательским интерфейсом, которая позволяет потребителям удобно и

рационально выбирать и сравнивать товары и услуги одновременно из большого перечня конечных поставщиков (каталогов). Эта модель включает в себя не только процесс выбора пользователем подходящих товаров или услуг, но и весь процесс закупки вплоть до заключения договора, оплаты и автоматизированного информирования о состоянии доставки.

По данным Росстата главными пользователями интернета на территории РФ являются группы в возрасте от 15 до 39 лет (таб. 1).

Таблица 1. Доля населения России, пользующегося информационно-телекоммуникационной сетью «Интернет» (процент в возрастной группе), по данным Росстата [2]

Возраст/год	2013	2014	2015	2016
15-19	91,4	93,6	94,9	95,2
25-29	85,1	89,1	91,6	93,5
30-34	80,8	85,4	88,4	90,5
35-39	77,4	81,4	82,8	87,3
40-44	70,0	74,7	78,3	82,6
45-49	62,1	66,5	70,5	75,4
50-54	50,1	54,8	59,9	64,1
55-59	39,1	42,8	47,5	53,0
60-64	25,7	27,3	31,3	36,0
65-72	13,2	13,3	17,0	20,1

Далее в статье будут рассмотрены агрегаторы как бизнес-модель, специфика их нормативно-правового регулирования в России, представлен анализ экономических показателей. В заключительной части формулируются предложения и перспективы развития в части совершенствования применения агрегаторов как компонента электронного рынка в условиях цифровой экономики.

II. АГРЕГАТОРЫ КАК БИЗНЕС МОДЕЛЬ

Малый бизнес в России вынужден тратить сейчас большое количество усилий и финансовых средств для поиска клиента, и эти затраты продолжают расти. Возможно, именно с этим связан минимальный рост, а в некоторых округах и спад доли организаций, использующих сеть Интернет для размещения заказов на товары (работы, услуги) в общем числе организаций [3] (табл. 2), при том, что доля населения, использовавшего сеть Интернет для этих же нужд за тот же период [4] показывает стабильный рост (табл. 3).

Статья получена 9 апреля 2013.

А.В. Клечиков, Университет ИТМО, зам. зав. кафедрой УГИС, канд. технич. наук (email: a.klechikov@corp.ifmo.ru)

Расходы на маркетинг становятся все значительнее, поэтому малый бизнес экономически заинтересован в услугах крупных агрегаторов с тем, чтобы присоединиться к их платформе и таким образом решить проблему расширения клиентской базы. При этом небольшие предприятия получают возможность избавиться от целого ряда непрофильных или вспомогательных видов деятельности: реклама, собственная CRM-система и интернет-магазин, процессинг, юридическое сопровождение сделки, доставка и т.д. Остается сосредоточиться лишь на основном виде деятельности: производстве конкурентного товара или оказании услуги, встроившись в отлаженную систему бизнес-процессов агрегатора. Агрегатор как разновидность платформы цифровой экономики подробно рассмотрена в статье [5]. В настоящем исследовании мы рассмотрим практику применения данной бизнес-модели.

Таблица 2. Доля организаций, использующих сеть Интернет для размещения заказов на товары (работы, услуги), в общем числе организаций (процент)

Федеральный округ РФ	2014	2015	2016
Центральный	42,4	43,5	44,2
Северо-Западный	44,0	44,7	46,0
Южный	42,0	38,9	40,1
Северо-Кавказский	35,7	36,1	34,8
Приволжский	40,6	40,0	40,2
Уральский	46,4	44,2	44,2
Сибирский	38,8	37,8	37,1
Дальневосточный	43,2	43,7	43,9
Крымский	24,8	44,9	-

Таблица 3 Доля населения, использовавшего сеть Интернет для заказа товаров и (или услуг), в общей численности населения (процент)

Федеральный округ РФ	2014	2015	2016
Центральный	20,3	23,6	25,6
Северо-Западный	24,2	24,8	27,7
Южный	15,1	17,1	24,3
Северо-Кавказский	9,9	11,2	13,6
Приволжский	14,2	16,5	20,2
Уральский	20,6	22,7	26,6
Сибирский	16,0	15,8	19,3
Дальневосточный	21,6	21,7	26,1
Крымский	-	16,4	-

Казалось бы, эта безопасная для крупного и малого бизнеса модель взаимодействия должна позволить рынку выйти на качественно новый этап развития. Однако, при этом малому бизнесу надо понимать, что любой агрегатор будет диктовать свои условия, предписывать формы взаимодействия, требовать неукоснительного исполнения собственных стандартов оказания услуг. Это напоминает франчайзинг, когда известный бренд предоставляет франшизу, но при этом жестко требует выполнения собственных правил. Получается, что для доступа к широкому рынку малому бизнесу придется подключаться к профильному агрегатору и встраиваться в его систему. Таким

образом, агрегатор получает рычаг давления на участников системы. Нарушительно правил грозит отключение, что заставляет партнеров прислушиваться к агрегатору, выполнять его требования.

Значительное распространение в практическом использовании в последние 10-12 лет получили такие наиболее известные агрегаторы как Uber, Booking.com, Яндекс.Маркет, Airbnb. Последним трендом стало появление многочисленных агрегаторов с названиями, заканчивающимися на «-pass», реализующих абонементы на посещение фитнес-залов, кафе, выставок, концертов и т.д. [6] Многие из них предоставляют маркетинговые услуги малым предприятиям, а потребители получают выгодные и разнообразные предложения и упрощенный доступ к различным сервисам. Действуя эффективней отдельно взятых поставщиков, используя новые технологии и серьезные финансовые ресурсы, устраняя лишних посредников, агрегаторы, по сути, создают специфический сегмент новой инновационной экономики.

Однако, добившись зачастую исключительного положения, агрегаторы начинают походить на традиционные глобальные корпорации и монополии, прибегая к откровенному диктату и манипуляциям. Пионер так называемой «экономики будущего» Uber все больше и больше становится похожим на закрытую теневую корпорацию, нацеленную на извлечение прибыли всеми возможными способами. Так, многие СМИ неоднократно писали про случаи прямой зависимости тарифа от состояния аккумулятора смартфона пользователя. К примеру, в Китае, после слияния компаний Uber и Didi, рост тарифов составил 50% [7]. Использование непрозрачных, повышающих тариф коэффициентов, моделей по расчету максимального тарифа на поездку конкретного пассажира являются одними из многих математических инструментов, которые компания имеет возможность применять при использовании огромного массива первичных данных, получаемых в режиме реального времени.

По данным Института актуальной экономики, Booking.com - единственная в России система, обеспечивающая отелям свыше 50% всех бронирований [8]. При этом комиссия, взимаемая агрегатором с небольших отелей, составляет до 25% от цены бронирования. С каждым годом Booking.com все больше и больше диктует тарифы конкретным отелям.

Наиболее активные интернет-покупатели давно уже стали жертвами проактивной рекламной политики торговых агрегаторов, когда, в интересах рекламодателей, точно определенным целевым группам пользователей в соцсетях внушают, что им нужен тот или иной товар.

III. НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ АГРЕГАТОРОВ В РОССИИ

Кроме указанных глобальных проблем, имеющих в своей основе системные рыночные мотивы, в России очевидной является проблема недостаточного нормативно-правового регулирования деятельности торговых агрегаторов. Начиная с отсутствия в российском законодательстве самого термина и

заканчивая проблемой ответственности агрегатора (или точнее ее отсутствия) перед конечным покупателем за недостатки товара или услуги продавца из глобального каталога.

Из-за отсутствия регулирования в настоящее время агрегаторы не несут никакой ответственности за соблюдение прав потребителей на предоставление достоверной информации о продавцах. При этом агрегаторы аккумулируют в своих процессинговых системах и, зачастую, используют в собственных инвестиционных целях значительные суммы денежных средств, направляемых покупателями на приобретение товаров.

Еще в июне 2015 года Роспотребнадзор обратился в Правительство РФ с предложением блокировать недобросовестные интернет-магазины и торговые агрегаторы и обеспечить процедуру их проверки своими силами. В работе над документом принимала активное участие Ассоциация компаний интернет-торговли (АКИТ). С тех пор к документу неоднократно высказывались замечания, в том числе против принятия закона была компания «Яндекс» [8].

В марте 2017 года произошел скандал, когда Роспотребнадзор представил в Правительство РФ несогласованную с другими министерствами версию поправок, приложив документы другой, ранее согласованной версии [9]. Интернет-сайт Роскомсвобода, посвященный борьбе с государственной цензурой Интернета в России, обвинил Роскомнадзор в подлоге, ставящем под угрозу существование агрегаторов. В результате в новой версии закона появилась ответственность агрегаторов за любую информацию от продавцов.

В предыдущей версии законопроекта говорилось о том, агрегатор должен нести ответственность в случае предоставления недостоверной информации о товаре или продавце «за реальный ущерб» потребителю в пределах суммы предварительной оплаты, переведенной на банковский счет агрегатора. Однако Минюст посчитал такую формулировку неудачной: в случае размещения недостоверной информации только агрегатор должен нести за нее ответственность, поскольку продавец никаких нарушений не совершал [10].

В текущей версии документ учитывает сущность агрегатора, который всего лишь выполняет роль информационного посредника между потребителями и продавцом, однако возлагает на него чрезмерную ответственность и фактически приравнивает агрегатора к продавцу. Принятие документа в таком виде создаст большие проблемы малому бизнесу, для которого агрегаторы зачастую являются основным каналом дистрибуции.

В существующем виде документ вызвал протест и в Минэкономразвития. По словам директора Департамента оценки регулирующего воздействия Минэкономразвития России Вадима Живулина в документ необходимо внести правки о том, что «агрегатор может нести ответственность за убытки только в случаях, когда договор с потребителем был заключен непосредственно на сайте агрегатора. А в

отношении предоставления информации о продавце важно понимать, что агрегатор не обладает необходимыми функциями для мониторинга достоверности предоставляемых сведений о компаниях» [10].

14 июня 2017 года законопроект [11] был принят в первом чтении Госдумой РФ. Второе чтение законопроекта запланировано на весеннюю сессию 2018 года. В случае его принятия документ вступит в силу только через 180 дней. В Роспотребнадзоре объясняют столь длительный срок необходимостью создать переходный период для субъектов предпринимательской деятельности.

IV. АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

Ожидая нормативно-правового регулирования деятельности торговых агрегаторов в РФ, вместе с тем, мы не можем не задумываться о перспективах общеэкономического развития данного явления.

К сожалению, исследование и анализ экономических показателей, связанных с явлением интернет-торговли, позволяют сделать вывод о том, что рынок только формируется и на данный момент еще не разработана общая методика сбора и обработки статистических данных, в том числе специфических, обусловленных цифровым происхождением рынка, но необходимых для анализа ситуации в секторе. Например, рыночный сегмент интернет-магазина (агрегатора), количество онлайн заказов, количество товаров в одном заказе и др.

Так, Федеральная служба государственной статистики в настоящий момент осуществляет мониторинг по единственному показателю – «доля продаж через Интернет в общем объеме оборота розничной торговли» (табл. 4).

Таблица 4. Оценка российского рынка Интернет-торговли в 2016 г.

Источник	Объем розничных продаж через Интернет, млрд руб.	Доля Интернет-торговли в объеме розничных продаж, %
Росстат [12]	311,5	1,1
АКИТ [13]	920,0	3,2
Data Insight [14]	800,0	-

В сравнении с информацией, собранной аналитическими агентствами и профессиональными участниками рынка, сведения государственной статистики представляются крайне недостоверными.

По данным Data Insight, сведения о продажах через интернет крупных ритейлеров (табл. 5) также подтверждают данный вывод. Суммарная выручка первых 15-ти ритейлеров, основную часть которых составляют торговые агрегаторы, превышает годовой объем продаж через Интернет (по данным Росстата – см. табл. 4).

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о необходимости серьезного совершенствования системы сбора и обработки данных на государственном уровне

для адекватной оценки и прогнозирования развития интернет-торговли в целом и торговых агрегаторов в частности.

Таблица 5. Выручка on-line ретейлеров в 2016 г., по данным Data Insight [15]

№	On-line площадка	млрд руб.
1	WILDBERRIES.RU одежда обувь и аксессуары	45,6
2	ULMART.RU универсальные магазины	38,8
3	CITILINK.RU универсальные магазины	31,6
4	MVIDEO.RU электроника и техника	25,9
5	ELDORADO.RU электроника и техника	23,2
6	LAMODA.RU одежда обувь и аксессуары	22,3
7	OZON.RU универсальные магазины	18,0
8	EXIST.RU автозапчасти и автоэлектроника	17,8
9	SVYAZNOY.RU электроника и техника	15,4
10	KUPIVIP.RU одежда обувь и аксессуары	15,1
11	UTKONOS.RU продукты питания	15,1
12	BONPRIX.RU одежда обувь и аксессуары	13,7
13	DNS-SHOP.RU электроника и техника	13,6
14	KOMUS.RU товары для офиса	11,7
15	ONLINETRADE.RU универсальные магазины	11,2
	ИТОГО:	319,0

Необходимость создания соответствующей цифровой аналитической платформы предоставления статистических, административных данных и нормативной справочной информации заложена в программе цифровой экономики РФ и может стать важным инструментом для решения проблем сбора и обработки данных о развитии интернет-торговли в стране. Анализ показывает, что в настоящее время данные Росстата не соотносятся с данными, получаемыми независимыми компаниями, являющимися экспертами на данном рынке.

V. РАЗВИТИЕ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ И ТОРГОВЫХ АГРЕГАТОРОВ

В работе [16] подробно описано и обосновано, что применение торговых агрегатов послужило переходом от информационного партнерства к партнерству информационно-транзакционному.

Несмотря на очевидную недооценку и, как следствие, недостаточную информированность о масштабах явления, в ответ на стремление нынешних агрегаторов к тотальному контролю и управлению, в современном обществе возникает новая тенденция к децентрализации. Одним из приоритетных направлений данной тенденции становится защита свободы как основной жизненной ценности.

Одним из самых серьезных проявлений децентрализации сегодня можно назвать технологию блокчейн, которую мы рассматривали в предыдущей

публикации [17]. Рано или поздно децентрализация придет как в госуправление, так и во все ключевые сферы предпринимательства, обретя баланс с существующими централизованными структурами.

Есть основания полагать, что при применении блокчейн-сетей и использовании возможностей автоматизированного заключения т.н. «смарт-контрактов» может быть решена проблема распределения ответственности за качественное и своевременное оказания услуги или предоставления заказанного товара. Одновременно можно обеспечить и однозначную прозрачность всей цепочки посредников, что несомненно позитивно скажется на общем уровне доверия к контрагентам.

Тем самым, можно предположить, что использование технологии блокчейн применительно к сфере торговых агрегаторов могло бы существенно ограничить те экономические злоупотребления, соблазн которых возникает у глобальных корпораций при достижении ими доминирующего положения. Использование технологий блокчейн позволило бы в полном объеме сохранить все те преимущества, которые предоставляет для малого бизнеса стратегия агрегирования, лишив при этом агрегаторов возможности извлекать сверхприбыль из своего доминирующего положения.

VI. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Цифровая эпоха ставит традиционные предприятия перед необходимостью меняться и использовать современные технологии для сохранения конкурентоспособности и выживания. Количество бизнес-моделей цифровой экономики растет, появляются новые способы монетизации и ведения бизнеса, создаются новые рынки. Ввиду активного развития информационных систем во многих отраслях на первое место выходит использование возможностей интернета для продажи товаров, расширения возможностей маркетинга, сбора данных, выбора и сравнения контрагентов, проведения финансовых операций. Дальнейшими тенденциями и направлениями возможных будущих исследований нам представляются следующие.

1. Анализ и формирование эффективной нормативно-правовой базы торговых агрегаторов, которая, не только обозначит ответственность агрегаторов перед пользователями, но и приведет к стимулированию развития в стране безналичных расчетов как средства борьбы с теневой экономикой.

2. Анализ и оценка новых создаваемых бизнес-моделей интернет-предприятий в условиях цифровой экономики, в том числе на базе технологии блокчейн.

3. Формирование методики создания статистического инструмента сбора и обработки данных интернет-торговли на базе цифровой аналитической платформы предоставления статистических, административных данных и нормативной справочной информации.

БИБЛИОГРАФИЯ

- [1] Алиев О.М., Батырова А.С. Развитие онлайн-торговли в Российской Федерации // Практика использования концепции маркетинга предприятиями и предпринимательскими структурами. Всероссийская научно-практическая конференция. – 2016. – С. 26-29.

- [2] Доля населения, пользующегося информационно-телекоммуникационной сетью «Интернет» (17.8.1) [06.03.2018] // ЕМИСС. Государственная статистика. <https://fedstat.ru/indicator/58465>
- [3] Доля организаций, использующих сеть Интернет для размещения заказов на товары (работы, услуги), в общем числе организаций [06.03.2018] // ЕМИСС. Государственная статистика. <https://fedstat.ru/indicator/43530>
- [4] Доля населения, использовавшего сеть Интернет для заказа товаров (или услуг), в общей численности населения [06.03.2018] // ЕМИСС. Государственная статистика. <https://fedstat.ru/indicator/43565>
- [5] Переверзева А.А. Потенциальные возможности платформенного подхода в рамках совершенствования интернет-торговли // Неделя науки СПбПУ. 13-19 ноября 2017. Материалы научной конференции с международным участием. Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли. Часть 2. СПб, 2017. – С. 75-78.
- [6] Паркер Д., Альстин М., Чаудари С. Революция платформ. Как сетевые рынки меняют экономику – и как заставить их работать на вас. – М., 2017. – 304 с.
- [7] Томский А. Агрегаторы на блокчейне. Какие сервисы потеснят Uber и AirBnB [13.10.2017] // Forbes. <http://www.forbes.ru/tehnologii/351349-agregatory-na-blokcheyne-kakie-servisy-potesnyat-uber-i-airbnb>
- [8] Роспотребнадзор предложил блокировать сайты недобросовестных ритейлеров [16.06.2015] // Интерфакс. <http://www.interfax.ru/russia/447874>
- [9] Правительство одобрило законопроект о товарных агрегаторах. Агрегаторы в шоке [09.03.2017] // Snews. http://www.cnews.ru/news/top/2017-03-09_pravitelstvo_odobriло_zakonoproekt_o_tovarnyh
- [10] Минэкономразвития вступилось за будущее агрегаторов [24.08.2017] // CustomsForum. <https://customsforum.ru/news/docs/minekonomrazvitiya-vstupilos-zabudushchee-agregatorov-546207.html>
- [11] Проект Федерального закона N 126869-7 «О внесении изменений в Закон Российской Федерации "О защите прав потребителей» (ред., внесенная в ГД ФС РФ, текст по состоянию на 18.03.2017) <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=PRJ&n=157411#0996011792491718>
- [12] Доля продаж через Интернет в общем объеме оборота розничной торговли // ЕМИСС. Государственная статистика. <https://fedstat.ru/indicator/50236> [23.01.2017]
- [13] Интернет-торговля. Итоги 1 полугодия 2016 [22.09.2016] // Ассоциация компаний интернет-торговли. http://www.akit.ru/analitika_1p2016
- [14] Интернет-торговля в России 2017. Цифры и факты // Исследовательское агентство Data Insight. <http://datainsight.ru/sites/default/files/ecommerce2017.pdf>
- [15] Логистические услуги для интернет-магазинов: основной доклад 2017 // Исследовательское агентство Data Insight. http://logistics.datainsight.ru/sites/default/files/logistika_doklad_2017_web.pdf
- [16] Агафонова А.Н. Развитие модели агрегации информационных и логистических сервисов в электронной коммерции // Фундаментальные исследования. – 2014. № 9-3. – С. 616-620.
- [17] Клечиков А.В., Пряников М.М., Чугунов А.В. Блокчейн-технологии и их использование в государственной сфере // International Journal of Open Information Technologies – 2017. – Т. 5. – № 12. – С. 123-129.

The current state and prospects for the development of aggregators in the digital economy of the Russian Federation

Aleksandr V. Klechikov

Abstract - The article considers one of the newest business models of the digital economy - trade aggregators. Aggregation is presented in the article as an e-commerce marketing strategy that provides a single virtual platform that accumulates on its information resource both suppliers and consumers of goods and services to facilitate the process of their interaction.

The paper also discusses the practical application of large trade aggregators (Uber, Booking.com, Yandex.Market, Airbnb), highlighting the advantages and disadvantages on the current period, including the existing problems with legislative regulation of this business area. Also presented the review of the available statistics on the e-commerce industry and pointed the need to create an appropriate digital analytical platform for solving the problems of collecting and processing data on the development of the e-commerce in the country. The use of blockchain networks as a direction for the development of the e-commerce and trading aggregators is indicated. The article concludes by defining further ways of research and development aimed at evolution of the digital economy in the country.

Keywords— aggregators, digital economy, online trading, internet, business models