DOI: 10.17117/na.2015.10.01.162

<http://ucom.ru/doc/na.2015.10.01.162.pdf>

Поступила (Received): 26.10.2015

Игнатьева А.А., Мингазинова Е.Р. Некоторые особенности развития Интернет-торговли в России

Ignateva A.A., Mingazinova E.R.
Some features of the development of e-commerce in Russia

Розничная торговля является одним из индикаторов социально-экономического состояния в стране. Безусловным катализатором развития розничной торговли, может стать внедрение инноваций. Авторами рассматриваются инновации, связанные с развитием информационно-коммуникационных технологий, а именно развитие Интернет-торговли для населения. В статье рассмотрены цели ИКТ в розничной торговле, ее динамика и преимущества. Также на основании проведенных исследований составлен портрет потенциального российского покупателя Интернет-магазинов

Ключевые слова: розничная торговля, инновации, интернет-торговля, информационно-коммуникационные технологии, интернет-магазины

Retail is one of the indicators of socio-economic status in the country. The undisputed catalyst for the development of retail trade, can become innovation. The author examines the innovations associated with the development of information and communication technologies, namely the development of e-commerce for the population. The article describes the purpose of ICT in retail, its dynamics and benefits. Also on the basis of studies made a portrait of a potential Russian buyer online shopping

Key words: retail trade, innovation, Internet commerce, information and communication technologies, Internet shops

Игнатьева Анна Анатольевна

Магистр, заместитель заведующего
Пермский институт (филиал РЭУ им. Г.В.
Плеханова)
г. Пермь, Бульвар Гагарина, 57

Ignateva Anna Anatolievna

Master, Deputy Head
Perm institute (Branch of RUE named G.V.
Plekhanov)
Perm, Gagarin Boulevard, 57

Мингазинова Елена Рудольфовна

Кандидат экономических наук, доцент
Пермский институт (филиал РЭУ им. Г.В.
Плеханова)
г. Пермь, Бульвар Гагарина, 57

Mingazinova Elena Rudolfovna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Perm institute (Branch of RUE named G.V.
Plekhanov)
Perm, Gagarin Boulevard, 57

Общепризнано, что розничная торговля играет важную роль в экономике государства, затрагивая ключевые бизнес-процессы, связанные с продажей товаров и услуг, их доведения до конечного потребления. Оборот данного сектора экономики постоянно растет. По данным Госкомстата оборот розничной торговли России в 2011 г. составил 19104336,5 млн. руб., в 2012 г. – 21394526,2 млн. руб., 2013 г. – 23685913,5 млн. руб., в 2014 г. – 26356237,3 млн. руб., в те-

кущих ценах [13]. В 2015 году за первое полугодие розничный товарооборот, в действующих ценах, вырос на 883 млрд. рублей, однако в сопоставимых ценах он составил в первом квартале 93,6%, а во втором – 90,9% от оборота в соответствующем периоде 2014 года [4].

Рассматриваемый сектор экономики занимает особое место не только в мировой, но и российской экономике: наибольшая численность населения, занятого в экономической деятельности, приходится именно на розничную торговлю (в 2013 и 2014 г. – 18,4%), а ее валовая добавочная стоимость в 2014 г. составила 17,3% от общей ВДС [12]. Кроме этого, данный сектор экономики один из самых эффективных отраслей по таким показателям, как: валовой внутренний продукт, основные фонды, инвестиции, рентабельность, не смотря на это, в последние годы индексы физического объема оборота розничной торговли в России неуклонно снижаются. Индекс физического объема оборота розничной торговли, который подсчитывает Росстат, за последние четверть века в России сокращался всего пять раз – в 1991, 1995, 1998–1999 годах и в 2009 году. Самое большое падение было зафиксировано в 1995 г. Тогда «розница» просела на 6,2%. В кризисном 2009 году снижение составило 5,1%. Все остальные годы фиксировался рост, который превышал темпы роста ВВП. В прошлом году, по предварительным данным, ВВП увеличился на 0,6%, а оборот розничной торговли вырос на 2,5% [7]. Однако следует отметить, что при росте оборота розничной торговли темпы его роста замедляются.

Локомотивом роста российской экономики на протяжении всего пост-кризисного периода (2008-2009 годов) являлся потребительский спрос, расширение которого обеспечивалось ростом доходов, сбалансированным состоянием рынка труда и высокой кредитной активностью населения. Но 2013 год стал переломным в тенденции непрерывного ускорения потребительского спроса, и, в условиях кризиса, в конце 2014 г. траектория этого роста пошла на убыль. Так по итогам 2014 года реальные располагаемые денежные доходы (доходы за вычетом обязательных платежей, скорректированные на индекс потребительских цен) составили 99,3% к соответствующему периоду предыдущего года, а за первое полугодие 2015 ода – 97% к первому полугодию 2014 года [11]. Необходимо нивелировать негативные последствия неблагоприятной макроэкономической ситуации. Безусловным катализатором развития розничной торговли, может стать внедрение инноваций.

Авторами рассматриваются инновации как деятельность, обеспечивающая создание и реализацию новшеств в организации торгово-технологического процесса, гарантируя экономические, социальные и другие виды эффектов [3].

В розничной торговле, как и в любой другой, инновационная деятельность способствует усилению конкурентоспособности и обеспечению финансово-экономической стабильности. Торговые предприятия разрабатывают более эффективные методы обслуживания покупателей, расширяют мультиатрибутивную модель торговых услуг, внедряют новые методы ценообразования и продаж, формируют иные подходы к управлению каналами сбыта, другие условия взаимоотношений с посредниками, современные подходы к

управлению персоналом, вводят новейшие средства автоматизации труда и т.д.

Инновационная деятельность является важным условием для развития современной розничной торговли, обеспечения конкурентоспособности предприятий в долгосрочной перспективе. Без внедрения инноваций хозяйствующие субъекты не смогут быстро реагировать на изменения внешней и внутренней среды, и, следовательно, перестанут эффективно удовлетворять потребности клиентов, что приведет к потере рыночных позиций.

Инновации в российской розничной торговле имеют такие особенности, как:

- появление не как результат НИОКР, а как результат конкурентного анализа и преимуществ;
- внедрение новшеств, связанных с появлением новых элементов торгово-технологического процесса или маркетинга;
- создаются и внедряются как в самой сфере торговли, так и в других сегментах экономики;
- значительная часть заимствована за рубежом [3].

Инновационные технологии в рассматриваемом сегменте экономики будут интенсивно развиваться, так как розничная торговля – это двигатель продвижения товаров от производителя к конечному потребителю. Торговые предприятия заинтересованы в развитии конкурентных технологий, что приводит к удовлетворению нужд потребителей и повышению конкурентоспособности.

В настоящее время информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) широко используются в повседневной жизни многих людей. Этому способствуют такие факторы, как [2, с. 10-11]:

1. приобретение и использование большого количества персональных компьютеров, ноутбуков, нетбуков, различных мобильных устройств населением России;
2. доступность Интернета, особенно в крупных городах. По данным компании TNS-global Россия еще в 2012 году вышла на первое место в Европе и на шестое место в мире по количеству пользователей Интернета [6];
3. большая возрастная группа людей (от 16 до 45 лет) владеющая в той или иной степени информационными технологиями.
4. поддержка на государственном уровне развития ИКТ, электронной торговли;
5. заинтересованность бизнеса в новых формах и методах торговли с использованием Интернета.

По данным Фонда «Общественное мнение» (ФОМ), осенью 2014 года 72,3 миллиона россиян (62% трудоспособного населения России) пользовались Интернетом хотя бы раз в месяц, а около 60 миллионов человек выходили в сеть ежедневно (при этом не учитывались пользователи младше 18 лет, а также жители Крыма) (рис. 1) [5].

Рис. 1 Аудитория и проникновение Интернета в России

Все эти динамичные изменения в научно-техническом развитии современного общества, развитие электроники, информационной техники и технологий, сети Интернет и глобальных компьютерных сетей привели к появлению новых возможностей в традиционных отраслях экономики. Сфера обращения является наиболее мобильной, гибко реагирующей на изменения внешних и внутренних условий, запросы, потребности и ожидания субъектов рынка.

В настоящее время основными целями применения ИКТ в розничной торговле являются:

- снижение и сокращение затрат и расходов;
- установление привлекательных цен;
- более эффективное использование зданий, торговых площадей, торгового оборудования, технических средств, программных продуктов;
- повышение уровня обслуживания клиентов за счет расширения перечня и повышения качества услуг;
- повышение производительности труда;
- увеличение объемов продаж товаров и услуг через развитие Интернет-торговли [3].

По подсчетам компании Nielsen сегодня в России опыт online покупок имеют 85% Интернет-пользователей. Также в России увеличивается не просто аудитория онлайн-клиентов, но и частота заказов и объем online-карзины [1, с. 92]. Среди факторов, которые стимулируют людей прибегать к онлайн-шопингу отмечают:

- экономия времени и финансовых средств;
- доставка заказа на дом;
- избежание очередей и суеты традиционных магазинов;
- круглосуточное обслуживание;
- возможность купить все в одном месте.

Вследствие объединения опыта работы в торговом бизнесе с рентабельными программными платформами для Интернет-торговли, оборот online-

магазинов сравнивается, а иногда превышает оборот традиционных предприятий розничной торговли [3].

Рис. 2. Объем рынка Интернет-торговли в 2008-2018 гг. (млрд. руб.)

Объем рынка электронной, телевизионной и сетевой торговли растет, в отличие от традиционной торговли, высокими темпами. В отчете экспертов компании «J'son & Partners Consulting», рынок Интернет-торговли России в 2012 г. оценивался в 381,4 млрд. рублей, в 2013 г. – 537,4 млрд. рублей, а 2014 г. составил 683 млрд. рублей. Средний рост рынка (CRR) в 2009-2014 гг. равен 42,5%. По прогнозам в 2014-2018 гг. CRR ожидается на уровне 7% в год (рис. 2). Эксперты компании прогнозируют спад объемов продаж в 2015 г. в среднем на 5-7% в связи с тяжелой макроэкономической ситуацией, но в 2016 году небольшое восстановление и рост рынка более чем на 20% к 2017 году, и свыше 38% к 2018 г. [8; 10].

В 2013 г., по данным компании InSales, в России существовало около 100 тыс. сайтов, на которых был раздел «Корзина» или размещен каталог продукции. Но лишь в 39 тыс. Интернет-магазинов поступало и обрабатывалось от 2 заказов в месяц. В 2014 г. по сравнению с 2013 г. количество магазинов (в которых совершается более 2 покупок в месяц) выросло на 25% до 48 тыс. штук [9].

Для выявления усредненного портрета потенциального покупателя Интернет-магазинов, авторы провели опрос 787 респондентов в городе Перми, которые хоть раз пользовались услугами Интернет-магазинов. Город Пермь для опроса был выбран не случайно. В 2014 г. он вошел в Топ-10 городов по числу покупок в Интернет-магазинах, при этом занял 9 место и опередил такие города, как Казань, Ростов-на-Дону, Тюмень. На жителей г. Перми приходится 1,9% всех покупок в российских Интернет-магазинах [9]. Возраст респондентов составил от 18 до 54 лет. Это связано с тем, что молодые люди до 18 лет являются не платежеспособными, а более старшего возраста (после 55 лет) – практически не пользуются услугами Интернет-магазинов и отказывались от заполнения анкеты.

Из данных опроса были сделаны следующие выводы:

- совокупность опрошенных (68%) является преимущественно женской.

Несмотря на то, что создание Интернет-магазинов было рассчитано на мужскую аудиторию покупателей и продавали в основном такие товары, как компьютерную технику, музыкальные диски, программное обеспечение и элек-

тронику, но с появлением новых товаров в Интернет-магазинах (одежда, детские товары, украшения, товары для дома), более интересовавших женщин, привлекло и их на просторы Интернет-шопинга. Этот факт не удивителен, т.к. большую часть и частоту покупок не только в городе Перми, в России, но и во всем мире совершают именно женщины;

– 67% респондентов, совершающие Интернет-покупки, люди в возрасте 18-35 лет. Наш результат подтверждается информацией, которая содержится в Глобальном обзоре электронной коммерции компании Nielsen, где отмечается, что значительную часть покупок в Интернете совершает поколение Миллениума (пользователи в возрасте от 21 года до 34 лет, которые повзрослели в эпоху цифровых технологий);

– к Интернет-магазинам обращаются в основном люди, относящиеся к категориям населения «служащие и предприниматели». Скорее всего, это связано с большой занятостью и невозможность часто ходить по магазинам;

– Интернет-покупки совершают чаще всего люди со среднемесячным доходом на одного члена семьи от 11 до 30 тыс. рублей. Такой факт можно объяснить наличием в семье нескольких устройств, с помощью которых можно совершать покупки. Специалисты компании Criteo отмечают, что 66% всех покупок в области электронной коммерции в общемировом масштабе совершаются с планшетов и смартфонов на базе Android, средняя цена которых в городе Перми варьирует от 15 до 35 тыс. рублей;

– частота пользования Интернет-магазинами 2-3 раза в год. Активность в Интернет-магазинах набирает популярность и частота посещения, совершения покупок будет увеличиваться;

– респонденты предпочитают покупать в Интернет-магазинах одежду и обувь, детские вещи, товары для дома и электронику.

Интернет-магазин – это лицо предприятия в Интернет-сообществе, отличный способ заявить о своей компании, рассказать о ее преимуществах. Интернет-ресурс формирует лояльное отношение потенциальных и укрепляет отношение уже реальных клиентов. Ресурс в Интернете доступен всем желающим в любое время, поэтому может привлечь новых покупателей. Это также отличный инструмент для изучения общественного мнения и мнения клиентов. С помощью различных опросов можно легко составить мнение аудитории о компании, ее услугах, товарах, сервисе. Поэтому Интернет-ресурс должен соответствовать всем требованиям качества, так как от этого зависит деятельность предприятия и ее успех [3].

Можно с уверенностью говорить о поступательном развитии Интернет-торговли, в России ее высоких темпах. Развитие рассматриваемого сегмента рынка предполагает рациональное размещение активов, повышение компьютерной грамотности населения, удобство, скорость и возможность из максимального количества информации выбрать необходимый вариант.

Список используемых источников:

1. Бабурин В.А., Яненко М.Б., Яненко М.Е. Маркетинговые технологии инновационного развития в торговом сервисе // *Технико-технологические проблемы сервиса*. СПб.: ГОУ ВПО СпбГУСЭ, 2012. № 2 (16).

2. Болотов А.М. Развитие сектора С2С в Пермском крае // Тенденции развития мировой торговли в XXI веке. Пермь: ОТ и ДО, 2012.
3. Игнатьева А.А., Мингазинова Е.Р. Инновационные подходы к предоставлению услуг предприятий розничной торговли // Экономика и социум. Вып. № 2 (апрель-июнь, 2015).
URL: http://iupr.ru/domains_data/files/zurnal_15/Ignateva,%20Mingazanova.pdf
4. Индексы физического объема оборота розничной торговли.
URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/#
5. Интернетом пользуются 73% жителей Перми.
URL: <http://properm.ru/news/internet/97793/>
6. Количество пользователей интернета в России.
URL: http://www.bizhit.ru/index/users_count/0-151
7. Крах потребления. Газета.ru. Бизнес. Экономполитика.
URL: <http://www.gazeta.ru/business/2015/02/02/6397701.shtml>
8. Обзор российского рынка Интернет-торговли, 2014.
URL: http://json.tv/ict_telecom_analytics_view/obzor-rossiyskogo-rynka-internet-torgovli-2014-g-20150202063902
9. Пермь входит в Топ-10 по числу покупок в Интернет-магазинах.
URL: http://www.t-360.com/2014/04/25/perm_internet/
10. Розничная торговля России: скромные перспективы 2014. Аналитический обзор. Национальное рейтинговое агентство.
URL: http://www.ra-national.ru/uploads/rus/files/analytic/file_review/24.pdf
11. Уровень жизни населения.
URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/level/
12. Федеральная служба государственной статистики. Официальная статистика. Национальные счета.
URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/accounts
13. Федеральная служба государственной статистики. Официальная статистика. Предпринимательство. Розничная торговля и услуги населению.
URL: <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect>

© 2015, Игнатьева А.А., Мингазинова Е.Р.
Некоторые особенности развития Интернет-торговли в России

© 2015, Ignateva A.A., Mingazanova E.R.
Some features of the development of e-commerce in Russia