DOI: 10.17117/na.2016.06.01.194

<http://ucom.ru/doc/na.2016.06.01.194.pdf>

Поступила (Received): 24.06.2016

Самусев Н.С.**Состояние и перспективы электронной торговли в России****Samusev N.S.****Status and prospects of electronic commerce in Russia**

Рост покупок через интернет. Популярные категории товаров среди он-лайн покупателей. Объем рынка интернет-торговли по товарным категориям за 2014г. Изменение динамики роста среднего чека. Территориальный аспект он-лайн покупок в 2015 г. Перспективы интернет-торговли в регионах

Ключевые слова: интернет-торговля, он-лайн покупки, средний чек

The growth of online purchases. Popular product categories among online shoppers. The volume of e-commerce market by product category for 2014g. Izmenenie dynamics of average check growth. The territorial aspect of online shopping in 2015 e-commerce prospects in the regions

Key words: e-commerce, online purchase, average chech

Самусев Николай Семенович

Ассистент

Московский государственный университет путей сообщения им. Николая II
г. Москва, ул. Образцова, 9

Samusev Nicholay Semenovich

Assistant

Moscow state university of railway transport named Nicholas II
Moscow, Obraztsova st., 9

Электронная торговля (интернет-торговля) в России – быстроразвивающаяся отрасль. Глобальная сеть Интернета предоставляет большие возможности поставки товаров и предоставления услуг на мировом и российском рынках.

Электронная торговля позволяет:

1. Устанавливать контакты с потенциальными клиентами.

Контакты обеспечиваются за счет создания и продвижения сайтов, где покупатель может получить подробную информацию о характеристиках товаров, их стоимости, формах оплаты, сроках доставки, местах получения товара. Проведение рекламной компании может осуществляться с помощью Яндекс-Директ, покупки рекламных баннеров и размещения их на других сайтах.

2. Осуществлять продажу товаров и услуг.

Для улучшения этого процесса на сайте указывают место расположения и время работы пунктов выдачи оплаченных товаров, предоставления финансовых документов и гарантийных талонов.

3. Контролировать ход выполнения заказов.

Покупатель, оплативший товар, может отслеживать статус заказа (формирование заказа, его передачу в пункт выдачи, выезд курьера и получение заказа, послепродажное гарантийное обслуживание).

Популярность покупок через интернет у россиян продолжает расти. Покупки в сети совершают девять из десяти российских пользователей интернета. Так, по данным исследовательской компании Connected Commerce Study Nielsen, в 2015 г. 89 % российских интернет-пользователей делали онлайн-покупки. Однако 11 % россиян использовали интернет только для получения информации о товарах. Данный сегмент потенциальных покупателей со временем может быть вовлечен в интернет-торговлю.

Главные причины, ограничивающие людей совершать покупки через интернет – это опасение за безопасность персональных данных при оплате онлайн-покупок, поскольку мошенники могут снимать деньги с банковских карт, а также недоверие к качеству предоставляемых услуг. Поэтому 70 % покупателей, приобретающих товары через интернет, оплачивают товары наличными при получении [2].

Самыми популярными категориями товаров среди онлайн-покупателей в России остаются одежда и потребительская электроника: такие покупки в 2014 г. делали соответственно 64 % и 50 % опрошенных. Следом идут средства по уходу за собой (46 %), книги и журналы (45 %), мобильные устройства (44 %), билеты на мероприятия (40 %). Меньше всего пользователи покупают упакованные продовольственные товары (12 %), хотя спрос на их покупку растет, в частности, в городах часто заказывают пиццу, суши, продукты для корпоративов и банкетов [2].

Самые популярные товары, покупаемые россиянами (рис. 1):

- электроника и бытовая техника (147 млрд. рублей);
- одежда, обувь (93 млрд. рублей);
- компьютеры, ноутбуки, комплектующие (68 млрд. рублей);
- автозапчасти (38 млрд. рублей);
- мобильные телефоны (32 млрд. рублей).

Рис. 1. Объем рынка интернет-торговли по товарным категориям за 2014 год, млрд. руб.

Категории популярных товаров по сравнению с аналогичным перечнем 2013 года практически не претерпели изменений. Наиболее быстрорастущими по числу заказов категориями в 2014 году стали категории одежды и обуви (за счет существенного роста числа дешевых заказов в зарубежных магазинах), стройматериалов, оборудования и спортивных товаров [1].

Хороший рост количества онлайн-покупок также показали товары следующего ассортимента:

- товары для спорта и активного отдыха;
- товары для животных;
- товары для детей;
- одежда и обувь;
- продукты питания.

Снижение покупательской способности населения приводит к изменению динамики среднего чека. Рост цен в интернет-магазинах отстает от роста курса доллара. Это обусловлено снижением доходов населения. Как следствие, сокращается доля дорогих покупок (дорогие товары, премиальные бренды и модели). В результате происходит рост среднего чека в рублях для среднестатистического интернет-магазина. В частности, в 2015 г. Он был менее 15 %. Это происходило за счет сдвига спроса от дорогих категорий (бытовой техники, электроники, премиум товаров) к менее дорогим (одежда, FMCG – направление продаж быстро оборачиваемых товаров). К товарам FMCG сегмента можно отнести все товары, используемые частными лицами, которые имеют короткий цикл потребления (в основном это продукты питания, сигареты, некоторая бытовая химия, косметика).

Средний чек покупок россиян в 2014 году составил 3750 руб., а в 2015 году – 4050 руб. Рост покупок по среднему чеку вырос на 8 % при официальной годовой инфляции в 13 % и снижении среднегодового курса рубля к доллару на 32 %. В долларах средний чек снизился на 1/4 – с \$90 до \$67.

Объем продаж товаров через интернет в 2014 году составил 560 млрд. руб., а в 2015 году – 650 млрд.руб. Имело место небольшое увеличение объема продаж в рублях, то есть динамика объема продаж невелика.

Территориальный аспект он-лайн покупок в 2015 г. свидетельствует о том, что наибольший рост наблюдался в:

- малых городах и поселках,
- регионах Дальнего Востока (Приморский край, Сахалин, Хабаровский край),
- некоторых городах-«миллионниках» (Воронеж, Новосибирск).

Продажи в регионах растут значительно интенсивнее, чем в столицах. Считаются перспективными небольшие населенные пункты, так как почти во всех крупных городах с населением от полумиллиона человек рынок близок к насыщению. На рынок интернет-торговли в регионах выходят такие компании, как «М.Видео», «Эльдорадо», «КупиVIP», «Техносила», «Юлмарт», «Позитроника», «Евросеть», «Связной». Причина заключается в том, что региональный рынок менее насыщен, поскольку онлайн-торговля напрямую зависит от проникнове-

ния Интернета и развития логистики. Еще два-три года назад посылка из столицы могла идти 2 недели, а сейчас доставка с московского склада занимает порядка 5-6 дней.

Из-за роста оборотов большинство курьерских компаний смогло снизить расценки на свои услуги. В свою очередь, «Почта России» смогла подстроиться под изменившуюся реальность, улучшила сервис и запустила новые проекты, специально созданные под нужды онлайн-торговли [1].

Продажи товаров в ближайшее время через интернет будут расти. Рынок интернет-торговли в регионах России является перспективным в связи с развитием интернета в регионах и привлечением новых потенциальных покупателей.

Список используемых источников:

1. Аналитический бюллетень InSales 2015: Рынок Интернет-торговли в России в 2014 году.
URL: <http://www.insales.ru/blog/2015/05/20/analytical-bulletin-insales-2015/>
2. Рожнов Р. Онлайн-торговля // Коммерсант. 2016. № 13. С. 10.
URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2902131>

© 2016, Самусев Н.С.

Состояние и перспективы электронной торговли в России

© 2016, Samusev N.S.

Status and prospects of electronic commerce in Russia