

Состояние рынка электронной коммерции в России и за рубежом

Евланова Мария Геннадьевна
Сибирский Федеральный университет
Магистрант

Аннотация

На сегодняшний день одним из самых перспективных рынков является рынок электронной коммерции. В данной статье авторами был проведён анализ рынка электронной коммерции России и Мира, выявлены его основные тенденции. Кроме того, были выявлены основные проблемы развития рынка электронной коммерции России.

Ключевые слова: Электронная коммерция, Интернет-торговля, онлайн-торговля в России и за рубежом.

The state of the e-commerce market in Russia and abroad

Evlanova Maria Gennadievna
Siberian Federal University
Master student

Abstract

Today, one of the most promising markets is the e-commerce market. In this article, the authors conducted an analysis of the e-commerce market in Russia and the World, identified its main trends. In addition, the main problems of development of the e-commerce market in Russia were revealed.

Keywords: E-commerce, Internet-commerce, online trade in Russia and abroad.

Рынок электронной коммерции был и остаётся одним из самых привлекательных рынков в России и во всём мире. Это обусловлено стабильным ростом данного рынка – в среднем на 42,5% в год [3].

По состоянию на 2016 год, лидирующим рынком электронной коммерции стал Китай. Вторым по объёму рынком стал США, третьим – Великобритания. Россия же входит в десятку и занимает 9 место, что подтверждает рисунок 1 [3].



Рисунок 1 - Топ-10 рынков электронной коммерции мира по состоянию на 2016 год

В числе основных драйверов рынка Интернет-торговли выступают [1]:

- стабильный рост количества Интернет-пользователей;
- снижение стоимости мобильного Интернета;
- повышение грамотности Интернет-пользователей.

Российский рынок электронной коммерции сталкивается с рядом сложностей: неблагоприятная экономическая ситуация, снижение покупательской способности, существующая проблема безопасности и конфиденциальности, а также недоверие россиян к он-лайн платежам и предоплате.

Как выяснили в GfK, россияне не доверяют Интернет-магазинам, если по условиям оплаты от покупателя требуют предоплату. Более трети опрошенных онлайн-покупателей хоть раз отказывались заранее оплачивать товар. Недоверие возникает из-за зачастую размытых условий возврата некачественного товара, а также из-за насыщенности рынка электронной коммерции.

По данным «Nielsen», 70% российских Интернет-покупателей предпочитает оплачивать заказы наличными курьеру при получении заказа. По этому показателю наша страна находится на третьем месте после Нигерии (76%) и Филиппин (73%). Это подтверждает рисунок 2 [2].

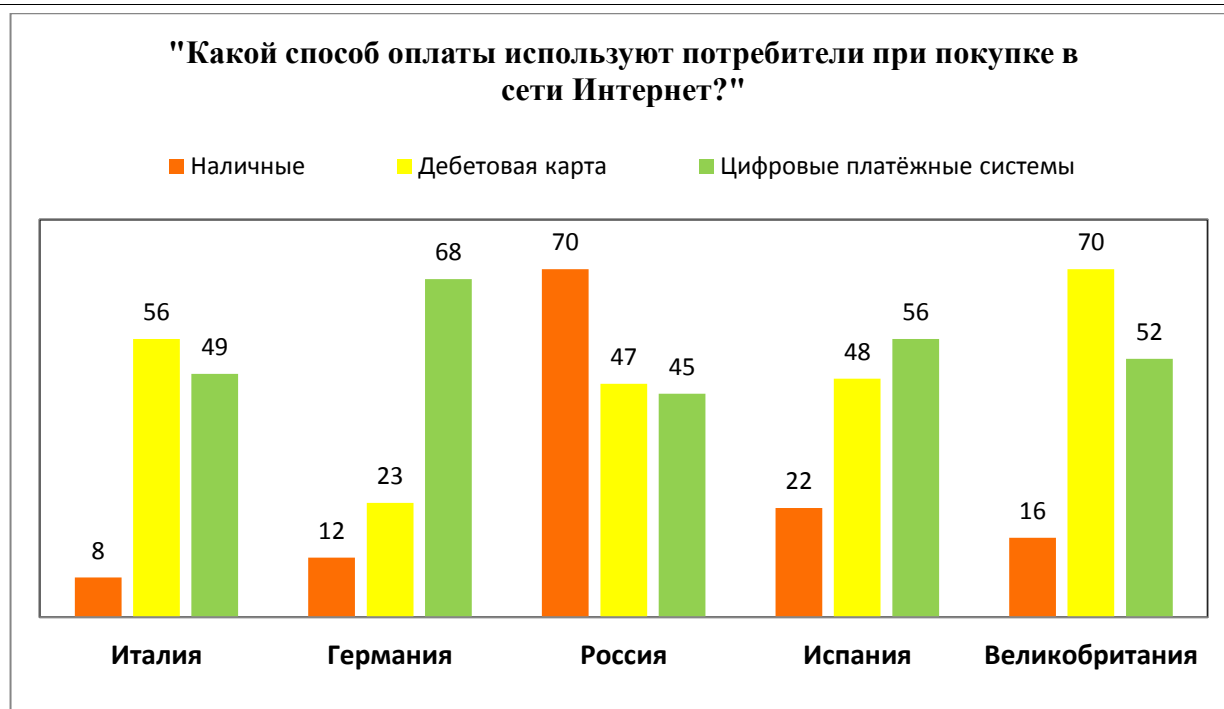


Рисунок 2 - Результаты опроса потребителей (Вопрос: «Какой способ Вы использовали для совершения покупок в сети за последние 6 месяцев»)

На данный момент Интернет-магазины стараются использовать все максимально возможные способы оплаты, тем самым предоставляя клиенту возможность выбрать подходящий ему вариант.

Распределение заказов по отраслям и сферам деятельности достаточно предсказуемо - бесспорным лидером на российском онлайн рынке является одежда и обувь, затем электроника и бытовая техника. Замыкает тройку продажа продуктов питания через сеть Интернет. Более подробно данный вопрос раскрыт на рисунке 3. Рейтинг популярных товарных групп в электронной коммерции России и Европы не имеет сильных различий (только в процентном отношении).

Кроме того, многие компании, ранее специализировавшиеся только на розничной оффлайн торговле, всё чаще принимают решение о выходе на новый для себя рынок – онлайн коммерции.

Данное решение стратегически верное, так как выход на рынок онлайн не только позволяет охватить дополнительные рынки (к примеру, географические), но и поддерживать оффлайн-ритейл на текущем уровне дохода. Это открывает дополнительные возможности для роста компании в обоих направлениях.



Рисунок 3 - Среднесуточная статистика заказов в популярных товарных категориях (по данным на 2015 год), %

Взаимодействие оффлайна и онлайн становится ключом к успеху в ритейле. Омниканальная и многоканальная модели уже успешно доказывают свою эффективность на примере крупных традиционных сетей, имеющих свою площадку в Интернете.

Крупные ритейлеры, такие как «М.Видео», «Эльдорадо», «Техносила», «Связной» уже заявили о значительном росте Интернет-продаж, причём темпы роста онлайн ритейла значительно выше, чем оффлайн ритейла. Кроме того, онлайн торговля позволяет привлекать дополнительный доход и точкам оффлайн продаж. Так, при самовывозе из розничной точки, клиенты как правило докупают сопутствующие товары, которые забыли оформить при онлайн заказе, а также приобретают дополнительную страховку и сервисные услуги [1].

Кроме того, онлайн торговля позволяет охватить больший географический рынок, так как данный вид торговли позволяет сэкономить на работе розничного магазина (а именно на аренде, заработной плате, оборудовании и т.д.).

Причём продажи в регионах растут большими темпами. Ритейлеры считают перспективными небольшие населенные пункты, так как почти во всех крупных городах с населением от полумиллиона рынок близок к

насыщению. За последний год на региональной экспансии сфокусировались практически все крупные ритейлеры, такие как «М.Видео», «Эльдорадо», КириVIP, «Техносила», «Юлмарт», «Позитроника», «Евросеть», «Связной».

Причиной такого роста можно считать стабильный рост числа населения, пользующегося Интернетом на смартфоне или планшете. Так, по данным исследования АКИТ, в 2015 году пользовалось Интернетом на смартфоне 37,2% населения, в 2014 году – 17,6%. Интернетом на планшете в 2015 году пользовалось 19,2% населения России, в 2014 году – 8,4%. Это свидетельствует об увеличении доли рынка электронной коммерции в России [1].

На данный момент снижается темп роста онлайн-торговли, но не вызывает сомнений тот факт, что рынок электронной коммерции будет стабильно расти как в странах Запада, так и в восточной Европе и странах Азии. Основной задачей является преодоление существующих барьеров, сдерживающих темпы роста электронной коммерции в России.

Библиографический список

1. Бочкова Е.В., Галкин В.Д. Обзор рынка Интернет-торговли в России // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2015. № 4-1. С. 174-177.
2. Потребительские настроения в онлайн-ритейле. URL: <http://www.e-repper.ru/forum/obshhie-voprosy/online-2016.html> (дата обращения: 04.12.2016).
3. Тенденции мировой Интернет-торговли. URL: <http://xn--b1ae2adf4f.xn--p1ai/analytics/research/26233-tendentsii-mipovoy-intepnet-topgovli.html> (дата обращения: 30.11.2016).