

Ежова Лариса Сергеевна
старший преподаватель кафедры маркетинг ПГНИУ
Ezhova Larisa Sergeevna
Senior Lecturer of the department of marketing, PSNRU

Аракелян Анна Мгеровна - студентка 4 курса
направления «Управление персоналом» ПГНИУ
Arakelyan Anna Mgerovna
4th year student of the "Personnel management" course, PSNRU

Ларин Павел Андреевич – студент 5 курса
направления «Экономическая безопасность» ПГНИУ
5th year student of the "Economic security" course,

PSNRU

КОДУДК

Modern trends and prospects of the development of e-commerce in Russia and the Perm region

Аннотация: тема данной статьи является весьма актуальной, что связано с довольно резким ростом рынка электронной коммерции в России. Ключевые позиции в данном сегменте рынка остаются за ретейлерами бытовой техники и электроники. Особое внимание в статье уделено детальному анализу современных тенденций и перспектив развития e-commerce в России и Пермском крае.

Ключевые слова: электронная коммерция, интернет-торговля, интернет-магазин

Abstract: The subject of this article is very relevant, which is due to the rather sharp growth of the e-commerce market in Russia. Key positions in this segment of the market are held by retailers of household appliances and electronics. Particular attention is paid to a detailed analysis of current trends and prospects for the development of e-commerce in Russia and the Perm region.

Key words: e-commerce, internet trading, online store

Современные тенденции и перспективы развития e-commerce в России и Пермском крае

Российский рынок электронной коммерции переживает стадию бурного роста, демонстрируя среднегодовые темпы роста в 29 % в 2011-2016 гг. Суммарный оборот Интернет-торговли в России за 2016 год составил 920

млрд. рублей. Согласно данным нового исследования АКИТ, объем рынка интернет-торговли в России в 2016 году вырос на 21% по сравнению с 2015 г. По прогнозам специалистов, российский рынок электронной коммерции увеличится к 2017 г. до 1,1 трлн. рублей (Рисунок 1) [1].

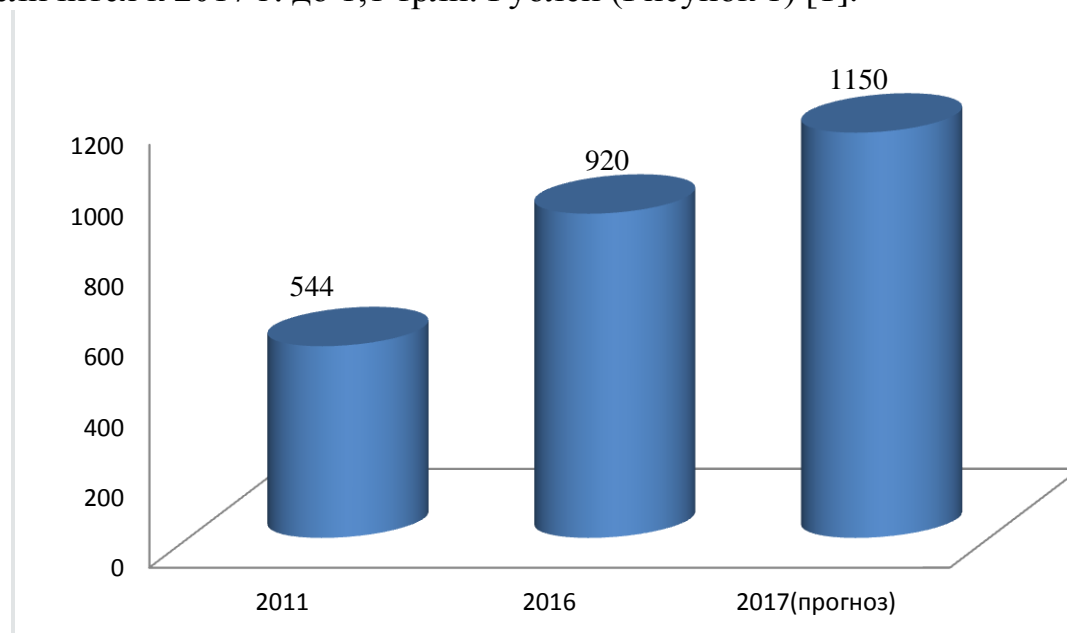


Рисунок 1 – Российский рынок e-commerce, млрд.руб., 2011-2017 гг. [1]

За 2016 год количество клиентов российских интернет - магазинов выросло. Вопреки прогнозам некоторых аналитиков, предрекавших существенное замедление темпов роста Интернет-торговли начиная с 2012 года, хотелось бы отметить, что рост продолжается прежними темпами: 35-40 % в год[2].

Самыми популярными категориями товара по обороту в 2016 году стали: «Электроника и бытовая техника» (76,5 млрд. рублей), «Одежда , обувь» (60,1 млрд.рублей), «Компьютеры, ноутбуки, комплектующие» (45,6 млрд.рублей), «Мобильные телефоны» (21,7 млрд.рублей) и «Детские товары» (18,8 млрд.рублей) (Рисунок 2) [3].

Самыми быстрорастущими категориями 2016 года стали следующие сегменты: «Товары для дома» (рост 104 %), «Косметика и парфюмерия» (рост 95 %), «Зоотовары» (рост 93 %), «Подарки» (рост 85 %), «Мобильные телефоны» (рост 83 %).

По отношению к прошлому году объем рынка групповых покупок снизился на 39 %, тогда как в 2015 году рост составлял порядка 200 %. На рынке книжной продукции также наблюдался небольшой спад (7 % по отношению к 2015 году) [4].

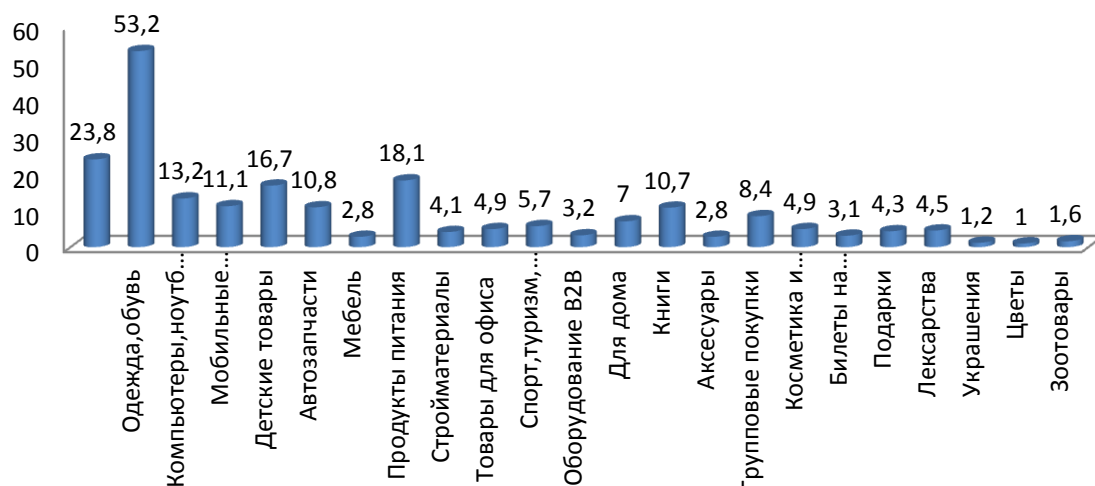


Рисунок 2 – Среднесуточное количество заказов в различных категориях [5]

На рисунке 2 отображено среднесуточное количество заказов в различных категориях. Столбцы отсортированы по годовому обороту. Из сопоставления двух графиков видно, что при относительно небольшом количестве заказов в таких категориях, как «Электроника и бытовая техника», «Компьютеры, ноутбуки, комплектующие», «Автозапчасти», «Мебель», «Стройматериалы», за счет большого среднего чека удается занимать лидерские позиции в рейтинге по обороту. В ТОП-5 категорий в 2016 году среднесуточному количеству заказов вошли следующие сегменты:

- Одежда, обувь 53,2 тыс. заказов
- Электроника и бытовая техника 23,8 тыс. заказов
- Продукты питания 18,1 тыс. заказов
- Детские товары 16,7 тыс. заказов
- Компьютеры, ноутбуки, комплектующие 13,2 тыс. заказов

Рост в % в ТОП - категорий по обороту (по отношению к 2015 году):

- Одежда, обувь – рост 42 %
- Электроника и бытовая техника – рост 34 %
- Мобильные телефоны – рост 83 %
- Детские товары – рост 36 %
- Компьютеры, ноутбуки, комплектующие – рост 29 %

В 2016 году наблюдалось падение спроса на покупку купонов. По отношению к прошлому году объем рынка групповых покупок снизился на 39 %, тогда как в 2015 году рост составлял порядка 200%, На рынке книжной продукции также наблюдался небольшой спад (7% по отношению к 2015 году).

ТОП – 5 самых быстрорастущих сегментов:

- Для дома – рост 104 %
- Косметика и парфюмерия – рост 95 %
- Зоотовары – рост 93 %
- Подарки – рост 85 %

- Мобильные телефоны – рост 83 %

В рунете на данный момент присутствует порядка 100 тысяч сайтов, на которых есть раздел «Корзина». Однако реальной работающих Интернет - магазинов (более 2-х заказов в месяц) в 2016 году было 32,5 тысячи. В 2017 таких магазинов станет 39 тысяч.

По количеству заказов магазины можно разделить на три вида:

- Крупные (более 100 заказов в сутки)
- Средние (более 20 заказов в сутки)
- Мелкие (менее 20 заказов в сутки)

Для ТОП – 5 сегментов можно выделить следующие распределительные доли крупных, средних и мелких магазинов: электроника и бытовая техника: около 50 % оборота приходится на 36 крупных Интернет – магазинов, также заметная доля (около трети оборота) приходится на более чем 1500 мелких магазинов. Одежда, обувь: большое количество мелких магазинов (более 1000), однако основной оборот (примерно 2/3) приходится на крупных игроков. Компьютеры, ноутбуки, комплектующие: равномерная и высоко конкурентная среда. По 1/3 рынка приходится на крупных, средних и мелких магазинов. Мобильные телефоны: большая часть магазинов в данном сегменте – это мелкие магазины, однако более 50 % оборота делают крупные, а 35 % приходится на многочисленные мелкие магазины. Средние магазины малочисленны и занимают незначительную долю рынка.

Детские товары: сегментом детских товаров правят мелкие Интернет – магазины (более 1000 магазинов), доля оборота которых составляет около 50 % рынка. Топ – 10 игроков при этом занимают менее 25 % рынка [6].

ТОП-30 Интернет – магазинов рунета также произошли существенные изменения, лидером которого стал Интернет-гипермаркет Ozon.ru, переместившись на одну позиции вверх. Ozon.ru сместил с этой позиции лидера последних двух лет – компанию «Утконос», которая заняла третью позицию. Значительно улучшили свои позиции Интернет - магазины wildberries.ru и lamoda.ru, поднявшись в рейтинге, соответственно, на первую и вторую строчки [7].

Согласно прогнозу InSales.ru в 2017 году также ожидается рост рынка Интернет – торговли. Все большую конкуренцию на российском рынке будут составлять международные Интернет – магазины. Однако у российских игроков есть все шансы сохранить лидерство во всех сегментах за счет более оперативного решения задач доставки, постоянного расширения ассортимента и маркетинга, учитывающего российскую специфику.

Интенсивному развитию данного вида внемагазинной торговли активно способствуют распространение проникновения доступа в Интернет и развитие новых дистанционных технологий.

Если ставить Россию в один рейтинг по объемам Интернет – продаж с европейскими странами, то позиции распределятся следующим образом:

1. Китай – 562, 66 млрд. долларов
2. США - 349, 06 млрд. долларов
3. Великобритания – 93, 89 млрд. долларов

4. Япония – 79, 33 млрд. долларов
5. Германия – 74, 46 млрд. долларов
6. Франция – 42, 62 млрд. долларов
7. Южная Корея – 36, 76 млрд. долларов
8. Канада – 28, 77 млрд. долларов
9. Россия – 20, 30 млрд. долларов
10. Бразилия – 18, 80 млрд. долларов [8].

Таким образом, сравнение с другими странами развития сегмента Интернет – торговли показывает, что у российского рынка электронной коммерции есть значительный резерв для дальнейшего роста. Отношение рынка e-commerce к общему объему торговли в России составляет около 4%, в то время как в развитых рынках эта цифра ближе к 20 %, а у общепризнанных лидеров – Китай и США – превышает 40 %. При этом, аналитика рынка, в частности J'son&Partners, выделяют следующие основные тенденции и тренды на российском рынке электронной коммерции:

1. Российский рынок электронной коммерции переживает стадию бурного роста и, по оценкам, фаза активного роста продлится на протяжении 2016 -2020 гг.

2. Характерными особенностями российского рынка e-commerce на текущем этапе являются:

- развитие онлайн – кредитования;
- развитие многоканальности и взаимного проникновения онлайн и оффлайна;
- рост спроса на товары в зарубежных Интернет – магазинах.

3. Ключевой отличительной чертой российского рынка является активное использование электронных платежных систем, прежде всего дистанционных банковских и небанковских терминалов. Это выгодно отличает российский рынок от зарубежных аналогов, так как создает большую потребительскую вариативность.

4. Анализ возможности роста рынка электронной коммерции показывает, что экстенсивное развитие возможно за счет регионов, которые демонстрируют эффект догоняющего развития. Тем не менее, существующие региональные диспропорции на рынке e-commerce сохраняются и далее.

Российский рынок e-commerce находится в фазе активного роста, и будет в ближайшие годы увеличиваться на 10-15 %. Текущий объем рынка в денежном выражении превышает 1,8 трлн. рублей.

Если рассматривать Интернет – торговлю в Перми и Пермском крае, то стоит отметить, что выделенные тенденции развития данного сегмента розничной торговли характерны и для этого региона.

По данным рабочей группы по удаленной торговле Комитета по развитию потребительского рынка Торгово-промышленной палаты (ТПП) РФ количество Интернет – магазинов в Перми по итогам 2016 г. составляет 987 магазинов, тогда как на 1 января 2016 г. в городе действовало 428

Интернет – магазинов, прирост объектов Интернет – торговли в 2015 году составил всего 112 электронных магазинов [9].

Рабочая группа отмечает, что Интернет – торговля становится основным фактором роста внемагазинной розницы на Урале. Вместе с тем основная социальная нагрузка в плане обеспечения занятости населения по-прежнему закреплена за сектором прямых продаж.

Преимущественное развитие в Перми и Пермском крае в 2016 г. получили такие направления Интернет – торговли, как товары для дома и ремонта – их доля от общего числа на начало 2017 г. составляет 16 % (145 на 1 января 2017 г. против 46 на 1 января 2015 г.), товары для детей (122 объекта против 85 на начало 2016 года) – 14 % от числа всех объектов Интернет – торговли. Приличную долю в Перми занимает продажа через Интернет бытовой техники (действует 47 магазинов), компьютерной (78 магазинов), автомобильных товаров (59), средств связи (27), товаров для спорта, отдыха, туризма (21 магазин). Более чем в 3 раза за 2016 г. возросло в городе число магазинов по доставке еды и напитков – с 15 на начало 2016 г. до 49, одежды и обуви – с 13 до 44 [9].

Эти тенденции развития Интернет – торговли в крае полностью соответствуют общероссийским.

Важно, что именно в этой сфере задействован малый и средний бизнес, что особенно актуально для Пермского края и России в целом, где становление малого предпринимательства долгие годы наталкивалось на многие сложности. Однако, эта сфера требует решения проблем взаимоотношения с потребителями.

Для развития этого вида торговли имеются различного рода препятствия, начиная с недоверия граждан, заканчивая недостатками в законодательном регулировании. Интернет торговли в настоящее время заметно ограничиваются недоверием населения к безналичным формам оплаты, слабым развитием логистической инфраструктуры, а также недостаточным уровнем проникновения широкополосного доступа к сети Интернет [10]. Безусловно, что все эти проблемы проявляются в большинстве российских регионов, где развиваются данные формы торговли, в том числе в Пермском крае, что предопределяют возникновение неопределенности и повышения уровня рисков в данном сегменте торговли, и, следовательно, актуальность разработки мер, направленных на минимизацию рисков.

Список литературы

1. Рынок e-commerce в России: итоги 2016 года [Электронный ресурс URL:<http://www.shopolog.ru>] (дата обращения: 18.12.17)
2. Лебедева Н.И., Право. Личность. Интернет. – ВолтерсКлувер, 2012 г.
3. Малков С.В. Предпринимательские риски в Интернет торговле // Ученые записки Таврического национального университета имени В.И. Вернадского Серия «Экономика и управление». Том 24 (63). 2016 г. № 1. С. 131-139.
4. Мельников В.С. Сделки в электронных компьютерных сетях как предмет правового регулирования в Российской Федерации // 2016. №11. С. 11-14
5. Меморандум о правовом понимании доменного имени и Интернет-сайта [Электронный ресурс URL: <http://www.cctld.ru>] (дата обращения: 10.12.17)
6. Калинина А.Э. Интернет - бизнес и электронная коммерция: Учебное пособие. - Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2016 г. - 108 с.
7. РБК. Исследования рынка [Электронный ресурс URL:<http://www.marketing.rbc.ru>] (дата обращения: 18.12.17)
8. ТОП-10 eCommerce рынков мира [Электронный ресурс URL:<http://www.geektimes.ru>] (дата обращения: 18.12.17)
9. Рынок удаленной торговли в России: роль и место в региональных экономиках [Электронный ресурс URL:<http://www.tpprf.ru>] (дата обращения: 18.12.17)
10. Отдел интернет - исследований МАСМИ [Электронный ресурс URL:<http://www.onlinemonitor.ru>] (дата обращения: 18.12.17)