

РЫНОК E-COMMERCE В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Галишева Алёна

Уральский Федеральный университет им.

Б.Н. Ельцина

Электронная коммерция – это сфера экономики, которая включает в себя все финансовые и торговые транзакции, осуществляемые при помощи компьютерных сетей, и бизнес-процессы, связанные с проведением таких транзакций.

Электронная коммерция - осуществление бизнес-коммуникаций и транзакций в сетях и через компьютеры или как покупку или продажу товаров и услуг и передачу денежных средств при помощи цифровых коммуникаций.

Элементы e-commerce

1. Электронный обмен данными
2. Электронное движение денег
3. Электронная торговля (e-trade)
4. Электронные деньги (e-cash)
5. Электронный маркетинг (e-marketing)
6. Электронный банкинг (e-banking)

Участники виртуальных сделок

B2B

B2G

B2C

C2C

Развитие сегмента C2C

В конце 2016 года статистика объявлений на Авито фиксировала более 1 млн. объявлений в день. При этом рынок спроса и предложения ежедневно растет. По последним данным статистика проданных товаров на Авито составила 100 тыс. сделок в сутки. Для потребителя данный сегмент представляется комиссионным магазином или же «Блошиным рынком».

Товарные категории

Почти 2/3 роста e-commerce обеспечивают интернет-магазины Wildberries и Ozon.

Наиболее популярными потребительскими категориями являются:

- Электроника и техника (27% заказов)
- Одежда, обувь, аксессуары (21% заказов)
- Универсальные товары (18% заказов)
- Товары для дома и ремонта (11% заказов).

Остальные 23% заказов распределены между следующими товарными категориями: автозапчасти, красота и здоровье, книги, товары для детей, продукты питания, другие товары.

Преимущества торговли в Интернет

- Низкая себестоимость приобретения огромного рынка сбыта с расширением границ бизнеса и выходом на международный рынок;
- Осуществление продаж круглые сутки без выходных, что существенно увеличивает реализацию и доходы;
- Потребитель получает возможность покупать дешевые товары с экономией времени на поиск;
- Доступ к сферам, недоступным по географическим причинам.

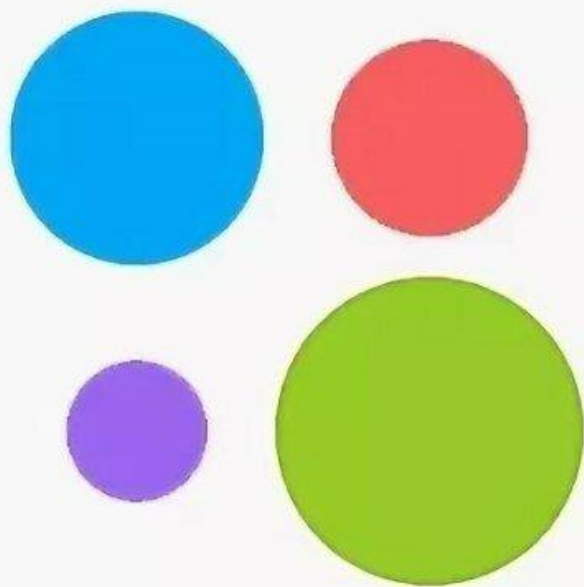
Недостатки торговли в Интернет

- Компьютерная безграмотность, финансовые проблемы и недоверие ряда потенциальных покупателей, которые мешают выводу Интернет-торговли на тотальный уровень;
- Осуществление продаж скоропортящихся продуктов невозможно;
- Сложности в доставке товара в населенные пункты, удаленные от крупных транспортных узлов и складов-поставщика;
- Существование сложностей при осуществлении возврата товара.

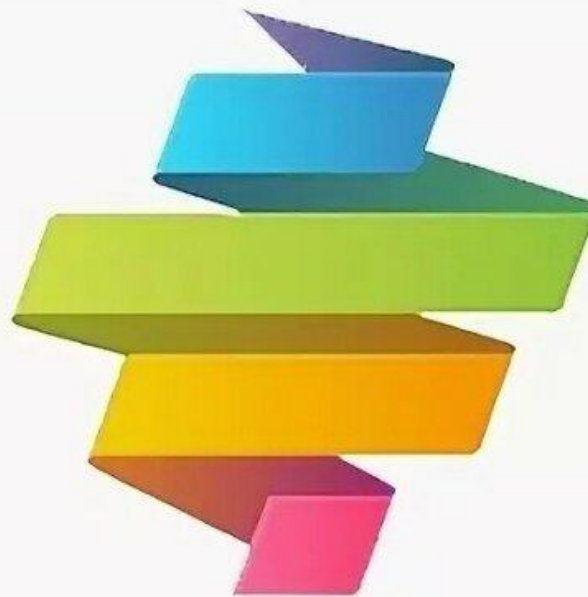
Тенденции развития e-commerce

- -Активное проникновение Российского бизнеса в мировое экономическое пространство;
- -Высокая конкуренция на рынке товаров, заставляющая производителя снижать издержки на производство, не ухудшая качество товаров;
- -Налаживание логистики, в связи с большой площадью Российской Федерации;
- -Дальнейшее увеличение продаж, осуществляемых пользователями в Сети Интернет;
- -Вовлечение новых целевых аудиторий в процесс Интернет-торговли.

Категория	Название	Аудитория
Универсальные сервисы	Авито	45 млн
	Юла	27,2 млн
Сервисы, специализирующиеся на продаже автомобилей	Drom.ru	20 млн
	Auto.ru	5,6 млн
Сервисы, специализирующиеся на продаже автомобилей	N1	2 млн
	Циан	10,5 млн



AVITO



ЮЛА



N1.RU

НЕДВИЖИМОСТЬ



ЦИАН

Статистика DataInsight

Объем рынка прямых частных интернет-продаж в России составляет в 2017 году 90 миллионов сделок и 295 миллиардов рублей. В С2С интернет-продажи вовлечено около 20% интернет-пользователей — в роли продавцов или покупателей. Интернет-торговля товарами между частными лицами (С2С) меньше В2С интернет-торговли более чем в три раза (295 миллиардов рублей в 2017 году против 970 миллиардов рублей соответственно).

Выводы

Рынок E-commerce в России продолжит возрастать и положительно влиять на развитие национальной экономики.

Рынок E-commerce, однако, имеет ряд проблем, которые создают барьеры для развития.

**Благодарю за
внимание**