

ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ: ИТОГИ 2016 ГОДА

О.О. ГРОМОВА,
руководитель проекта НИО ФГУП НИИПС —
филиала ФГУП ГЦСС

В середине марта Ассоциация компаний интернет-торговли (АКИТ) представила отчет по результатам ежегодного аналитического исследования российского рынка электронной коммерции «Итоги 2016 года» при использовании данных GFK, JPC, TNS и Почты России.

Алексей Федоров, президент АКИТ, в своем докладе отметил, что Россия сегодня является самой крупной страной в Европе по количеству пользователей интернетом — 84 млн. человек ежемесячно посещают сеть. Доля пользователей интернетом с мобильных устройств за минувший год увеличилась на 16 % и составила 56 млн. человек. Вместе с тем, уровень проникновения в интернет не растет и остается более низким, чем в развитых странах — 70,4 %. Больше всего пользователей интернетом в возрастной группе от 16 до 29 лет — 97 %. Среди людей в возрасте от 30 до 54 лет — 82 %, а старше 55 лет — лишь 28 %, но в дальнейшем эта доля будет расти.

Объем рынка интернет-торговли в России в 2016 г. вырос на 21 % по сравнению с 2015 г. и составил 920 млрд. руб. (рис. 1). АКИТ прогнозирует, что в 2017 г. объем рынка превысит 1,1 трлн. руб.

Рынок трансграничной торговли продолжает расти огромными темпами. Объем кроссбордера в 2016 г. вырос на 37 % по сравнению с 2015 г. и составил 301,8 млрд. руб., это 33 % от всего рынка электронной торговли России. Количество входящих между-

народных отправок с товарным вложением увеличилось на 102 % и составило 233 млн. отправок. В то же время число заказов на внутреннем рынке выросло лишь на 6 %. При таких темпах роста в 2017 г. количество международных отправок с товарным вложением может достигнуть 400 млн. шт.

Самыми популярными товарными категориями, как на российском рынке, так и на трансграничном, являются бытовая техника и электроника (БТиЭ), одежда и обувь (рис. 2). Однако в российском сегменте доля одежды и обуви составляет 22 %, в то время как на трансграничном — 36 %. Среди китайских товаров более половины приходится на товары данной категории, особенно это касается детских товаров. При этом за их качество никто не отвечает. Также популярными категориями в e-commerce остаются товары для автомобилей, парфюмерия и косметика, спортивная одежда.

Крупнейшими регионами по доле интернет-торговли остаются Москва, Московская область и Санкт-Петербург. Далее следуют: Красноярский край, Свердловская, Тюменская, Самарская, Ростовская области.

Регионами с самым высоким темпом роста трансграничной торговли в 2016 г. стали: Республика Северная Осетия-Алания — 68,3 %, Ивановская область — 65,5 %, Республика Мордовия — 65,4 %. При этом в Москве трансграничная торговля выросла на 36 %, а в Санкт-Петербурге — на 37,7 %.

В прошлом году больше всего товаров в зарубежных интернет-магазинах россияне купили в Китае — 90 %, доля отправок из Евросоюза — 4 %, а из США — 2 %. При этом в денежном выражении доля Китая составляет 52 %, Евросоюза — 23 %, США — 12 %, что говорит о невысоком среднем чеке покупок в Китае. В целом, из 90 млн. транзакций более 64 % в зарубежных магазинах не превышают по стоимости 22 евро, свыше 96 % — 150 евро.

Среди всех магазинов, торгующих в России, наибольшую аудиторию (количество уникальных посетителей, зашедших на страницу магазина), по данным за январь 2017 г., занимает Aliexpress — более 22 млн. человек. На втором месте с большим отрывом — Ozon.ru с аудиторией около 9 млн. человек, далее идут Eldorado.ru, Dns-shop.ru, Mvideo.ru и др.

Обращает на себя внимание Alibaba.com с аудиторией 3,9 млн. че-



Рис. 1. Российский рынок интернет-торговли