

## ТРЕНД ТРЕНДА

Летом т.г. участники рынка дистанционной торговли получили приглашение на одно из самых масштабных мероприятий года — ежегодную конференцию “Электронная торговля 2018”, которую проводит компания OБОРОТ уже на протяжении почти 14 лет. Запланировано мероприятие было на середину октября. Но буквально за несколько дней до открытия поступили приглашения еще сразу на две конференции со схожей тематикой — от РБК и Почты России (совместно с ИД “Коммерсантъ”). То, что электронная торговля является на сегодня не только российским,

но и мировым трендом, общеизвестно. Но создается впечатление, что и проведение конференций, посвященных электронной коммерции, становится своего рода трендом. Только за последние полгода были проведены: конференция РБК “Рынок e-commerce и эра цифровой глобализации”, заседание бизнес-клуба ИД “Коммерсантъ” (совместно с East-West Digital News) по теме “E-com SUMMER 2018. Развитие инфраструктуры интернет-торговли”, всероссийский форум по электронной коммерции “E-com FLOW 2018”, бизнес-форум “E-COMSPASE”.

Несмотря на различие названий и организаторов конференций, их объединяет одна тема, поэтому предсказуемо были повторы презентаций, модераторов и спикеров.

О некоторых упомянутых мероприятиях журнал “Почтовая связь. Техника и технологии” уже писал. Теперь — подробнее об октябрьских конференциях. Среди их участников большинство составляли представители интернет-магазинов, получившие на конференциях как общую информацию о состоянии рынка, так и конкретные советы.

### “Рынок e-commerce в России: новые трансформации”

Под таким названием прошла 10 октября конференция РБК.

Анализ рынка представил **Дмитрий Швецов** из исследовательской компании Nielsen. Электронная коммерция является серьезным драйвером роста в мире: если объем торговли в целом растет на 4 % в год, то электронная коммерция — примерно на 20 %. В России — схожая ситуация. Дополнительные неограниченные возможности могут появиться в связи с ожидаемым снятием барьеров с продажи продуктов питания в интернете, поскольку уже почти половина населения РФ готова их покупать в Сети, мотивируя удобством услуги, более доступной ценой, широким ассортиментом и приобретенным опытом такого рода покупок. Но при этом

есть и опасения в качестве товара, его свежести и возможностью покупки контрафакта.

Хорошо стимулируют рост интернет-покупок мобильные технологии, а также развитие искусственного интеллекта, хотя такая индустрия пока невелика, так как сильно зависит от инвестиций.

Пользу онлайн продаж для продавца подтвердил **Андрей Полончук** (объединенная компания Связной/Евросеть), подчеркнув, что средний чек при покупке в оффлайне ниже, чем при покупке в интернете, где клиент выбирает более дорогие товары.

Еще одним стимулом приобретения товаров в Сети является возможность кредитования покупок. Крупнейшим маркетплейсом по продажам в рассрочку сегодня в России является Home Credit Bank, как подчеркнул его представитель **Богдан Шевченко**.

Услугами банка пользуются 1,5 млн. клиентов в месяц в 1700 городах. Чаще всего покупают в кредит мобильные телефоны, растут доля повторных покупок и средний чек, при этом достаточно низок процент отказов (7 %).

**Дмитрий Селихов** (Alibaba Group) рассказал об успешном развитии локального бизнеса в России на примере дочернего предприятия Tmall, образованного год назад. Помимо этого Alibaba выстраивает платформу B2B для организации экспорта товаров из России и планирует стать точкой входа компаний, желающих продавать товары по всему миру.

Президент Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ) **Артем Соколов** разделил рынок электронной торговли на две бизнес-модели: классическую и трансграничную (когда офис находится за пределами РФ), и подчеркнул неравные условия их

