

## НАБИРАЕТ ОБОРОТЫ. . .

В середине октября в Москве в Центре международной торговли прошла 15-я конференция “Электронная торговля — 2019”, организованная отраслевым порталом [Оборот.ру](http://obcrot.ru). Она собрала более 1500 участников. В течение двух дней на пяти площадках специалисты в сфере e-commerce могли познакомиться с тенден-

циями рынка, опытом успешных компаний, современными сервисами и продуктами, задать интересующие их вопросы и получить на них ответы профессионалов.

Мероприятие, как всегда, было прекрасно организовано. Генеральным партнером конференции выступила Почта России.

### Тенденции

Открывая пленарное заседание “Время возможностей”, статс-секретарь, заместитель министра промышленности и торговли Российской Федерации **Виктор Евтухов** подчеркнул, что в ближайшие 5 лет отечественный рынок e-commerce вырастет до 3 трлн. руб., превысив 8 % от суммарного оборота розничного ритейла в России.

В ходе последовавшей дискуссии участники обсудили основные тенденции потребительского поведения. Одни ратовали за расширение системы скидок и бонусов, другие считали, что эта политика разворачивает клиентов, и выход — только в уникальности продаваемого товара и предлагаемых сервисах. Положительно оценили участники заседания возрастающее доверие к интернет-магазинам, одним из показателей чего является рост числа заказов, оплаченных банковскими картами онлайн.

На секции “Цифры, тренды” **Борис Овчинников**, партнер аналитического агентства Data Insight, озвучил рост числа интернет-заказов в 2019 г. на 44 %. В первом полугодии россияне совершили 190 млн. покупок в российских онлайн-магазинах на сумму 730 млрд. руб. При этом объем продаж в денежном эквиваленте составил всего 22 %.

Рынок российского онлайн-ритейла растет в первую очередь за счет крупных компаний, таких как Wildberries, Apteka.ru, OZON. Суммарно количество покупок в этих трех магазинах

выросло на 108 % и составляет три четверти от общего числа “новых” заказов.

Среди основных факторов роста рынка e-commerce Борис Овчинников назвал накопленный опыт покупок в Интернете, распространение смартфонов, доступность пунктов самовывоза, а также “гонку” среди лидеров рынка. Вместе с тем он отметил замедление роста трансграничной торговли и резкое сокращение значения среднего чека (переориентация на дешевые товары продолжается).

Data Insight констатирует в первом полугодии т.г. сокращение доли Почты России при доставке заказов из российских интернет-магазинов (20 против 26 % в первом полугодии 2018 г.). При этом отмечается значительный рост доли доставки собственными службами интернет-магазинов (51 против 42 %).

Со своей стороны аналитики компании Nielsen сделали оптимистичский прогноз для российского рынка: к 2022 г. доля сегмента товаров FMCG в России составит 2,4 % от

всех розничных продаж (сегодня она достигает 1,5 %).

Большой популярностью пользовались на конференции “Электронная торговля — 2019” секции, посвященные омниканальным продажам, сотрудничеству с маркетплейсами, развитию людских ресурсов, несколько секций подробно рассматривали IT-технологии. В рамках одной из секций продолжился разговор о скидках, акциях и лояльности клиентов, начатый на пленарном заседании. Затронуты были и юридические аспекты.

Партнером секции “Логистика” выступила Почта России, однако представитель компании сделал свой доклад в рамках другой секции — “Интересные сервисы”.

Огромный интерес вызвала специальная секция, посвященная локомотиву отечественного e-commerce — компании Wildberries. Ее оборот в прошлом году составил свыше 118 млрд. руб.

Если год назад компания обрабатывала 300 тыс. заказов в день, то се-

