

## ФАКТОРЫ РОСТА ДЛЯ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ

Известная аналитическая компания Data Insight завершила исследование eCommerce Barometer 2015. Оно построено на опросе руководителей и владельцев крупнейших интернет-магазинов Рунета, проведенном осенью 2015 г. в рамках разработки предложений для Института развития Интернета (ИРИ). Основные его результаты: ожидания от онлайн-бизнеса составили 30 % роста за 2015 г., прогноз на 2016 г. — рост на 43 %; основным сдержи-

вающим фактором является не выстроенная в стране логистика; ключевые угрозы интернет-магазины видят в текущей экономической ситуации; задачами государства являются развитие почтовой и логистической инфраструктуры на государственном уровне, совершенствование законодательства для интернет-магазинов, выявление дискриминационных условий по сравнению с офлайн и зарубежными магазинами.

Уникальность исследования отметил Федор Вирин, партнер Data Insight. Компания собрала мнения крупнейших интернет-магазинов, опросив их руководителей и владельцев. Всего было опрошено 57 магазинов, большинство из которых — крупнейшие, а половина входит в топ-30 магазинов.

Опрошенные люди, подчеркнул Федор Вирин, — предприниматели, построившие с нуля огромные компании (или даже не одну). Это именно те люди, которые решают сегодня (как и многие годы до этого), куда направлять свою компанию, что планировать для нее, на что ориентироваться. Именно от их решений, принятых сегодня, зависит существование компании завтра. А, следовательно, именно от их решений зависит, будет ли работа завтра у сотен и тысяч их сотрудников.

Многие из них (возможно, все) уже имеют за плечами несколько кризисов в стране и опыт выживания и развития ритейла в тяжелой экономической ситуации. Их советы, их мнения, их решения и действия опираются на этот ценнейший опыт. Их ответы передают этот опыт всем читателям исследования. Ниже воспроизводится данное исследование в несколько сокращенном варианте.

### Задачи и методология исследования

Проект исследования составлен в рамках разработки предложений по электронной торговле для про-

граммы ИРИ долгосрочного развития Интернета в России по поручению Президента РФ В.В. Путина. Исследование выполнено по заказу интернет-магазинов Softkey и Ozon. Ключевыми задачами в рамках исследования были:

оценка текущей ситуации и ее видение крупнейшими интернет-магазинами;

оценка трендов на рынке из планов и решений основных игроков;

изучение запросов от интернет-магазинов (в первую очередь — крупнейших) к государству (в рамках ИРИ).

Опрос руководителей/владельцев крупнейших интернет-магазинов Рунета проводился летом/осенью 2015 г. Опрашивались владельцы и руководители магазинов из списка ТОП-500 в Рунете, причем только владельцы российских интернет-магазинов цифровых и материальных товаров. Опрос проводился в форме экспертного интервью с открытым списком вопросов/тем для обсуждения и, как правило, очно.

Дополнительная анкета предусматривалась для директоров по маркетингу/исполнительных директоров компаний. Она содержала большое количество вопросов по бизнес-процессам и моделям организации бизнеса. Также дополнительная анкета предназначалась для средних (по числу заказов и оборотам) магазинов для подтверждения гипотез и трендов, полученных

от крупнейших магазинов (тренды крупных магазинов должны были найти отражение в интервью руководителей магазинов меньшего масштаба).

Отчет составлен из цитат из интервью, а также из таблиц по данным анкеты для директоров по маркетингу. Все цитаты даны без изменений, однако, в силу условий интервьюирования, без указания авторства.

### Рынок и прогнозы

Респондентам было предложено сравнить 2015 и 2014 гг. по объему онлайн-продаж. Средние ожидания составили 30 % роста (медианное значение) за 2015 г. (что примерно и соответствует росту рынка). При этом несколько игроков прогнозируют кратные темпы роста (рис. 1), однако это ответы новых магазинов, которые только стартовали (в 2014 или 2013 гг.).

Рост объема бизнеса не подразумевает роста числа заказов. Значительная часть ответивших была бы рада сохранить количество заказов на уровне 2014 г. То есть рост происходит, в первую очередь, за счет повышения цен. А вот число заказов будет увеличиваться у тех магазинов, которые растут заметно быстрее рынка за счет рекламы и/или расширения ассортимента.

Прогноз на 2016 г. (рис. 2) более оптимистичный, чем на 2015 г. Медианное среднее значение роста оборо-