

### Актуальные проблемы развития интернет-торговли в России

В настоящее время в экономике РФ наблюдается ослабление рубля, значительный рост цен на продукты питания, технику и прочие товары, при снижении доходов населения. Нынешнюю ситуацию можно охарактеризовать как экономический кризис, который создает новые условия для функционирования бизнеса в различных сферах, в том числе в сфере интернет-торговли.

По данным Минкомсвязи РФ количество пользователей Интернет на начало 2015 года составило 62% населения страны. К середине года данный показатель по данным TNS составил 66% населения в возрасте от 12 до 64 лет. По результатам исследований Фонда «Общественное мнение» и опроса Всероссийского центра изучения общественного мнения, проведенным в марте 2015 года, ежедневно в сеть выходят 53% россиян от 18 лет и старше, хотя бы раз в месяц – 66% россиян от 18 лет. Годовой прирост совершеннолетних пользователей составил 8% среди тех, кто выходит в Сеть хотя бы раз в месяц и 6% - тех, кто ежедневно пользуется Интернет. В целом, темп роста интернет аудитории замедляется и в ближайшие годы он будет происходить только за счет более старших групп россиян.

В 2015 году из-за глубокого кризиса в российской экономике развитие рынка интернет-торговли значительно замедлилось. Темп роста рынка снизился куда значительнее, чем темп роста интернет аудитории. Нужно отметить, что по данным исследования RBK RESEARCH, лишь 40% респондентов сократили свои затраты в интернет-магазинах, а 22%, напротив, увеличили свои затраты в интернет-магазинах. Главной причиной увеличения затрат в интернет-магазинах выступает желание сэкономить.

Кризис ведет к еще большему росту конкуренции на рынке e-commerce. И хотя интернет-торговля остается очень привлекательной для инвестиций, среди инвесторов снижается склонность к риску. Теперь на инвестиции могут рассчитывать только «лучшие».

Сегодня компании, занимающейся электронной коммерцией необходимо не допускать распространенных ошибок, интернет-компания должна быть профессиональной, с качественным продуктом и сервисом.

Недостатки в организации интернет-торговли:

1. Недостаточная проработка и некачественное обслуживание сайтов.
2. Проблемы безопасности финансовых сделок и передаваемой конфиденциальной информации.
3. Некачественная реклама и интернет-маркетинг
4. Некачественный сервис во многих российских интернет-магазинах.
5. Проблемы с возвратом товара.
6. Незрелость и небезопасность платежных систем. На сегодняшний день большинство покупок товаров или услуг в России оплачиваются наличными.

Нами был проведен опрос с целью выявления предпочтений интернет-покупателей в выборе способов оплаты, проблем при осуществлении покупок через Интернет, выделения наиболее часто приобретаемых таким способом товаров. В опросе участвовали активные пользователи Интернет от 18 до 40 лет в количестве 126 человек.

Из них 89,68 % совершали покупки через Интернет либо через систему В2С, либо через С2С.

Из тех, кто совершал интернет-покупки 17,46% респондентов сократили число покупок в Интернет; 37,3% - увеличили; оставшаяся часть респондентов никак не изменили число своих покупок в Интернет за последние полгода.

Из тех, кто совершал интернет-покупки 44,24% предпочитают оплачивать покупки наличными при доставке, 30,09% - с использованием банковской карты, 16,81% - через электронный кошелек, 8,89% - банковским переводом.

Среди основных проблем, с которыми сталкивались при интернет-покупках, выделяют время доставки 59,29%, проблемы в работе с сайтом (скорость загрузки, перегруженность информацией, неактуальность информации и др.) – 19,47%.

## Секция 14. РЛС

Наиболее часто приобретаемыми оказались одежда и обувь, электроника, техника, косметика и парфюмерия, а также редкие товары, которые сложно (или невозможно) достать в магазинах города.

Исходя из намечающихся сегодня тенденций развития рынка электронной коммерции, анализа зарубежного опыта в данной сфере и с учетом экономического кризиса можно выделить ряд уместных для онлайн-компаний шагов:

- выход в оффлайн. Например, путем создания пунктов выдачи покупок. Обусловлено тем, что источником роста в ближайшие 5 лет станут регионы, где уровень доверия к интернет-торговле ниже, чем в столице. В пункт выдачи же можно «прийти лично».

- большое внимание логистике, доставке и выбору платежных систем. Для крупных компаний возможно создание собственных систем, для малого бизнеса – аутсорсинг.

- отслеживание появления и использование новых технологий (мобильная коммерция и t-commerce, связанная с использованием планшетов). Обусловлено постепенным заполнением рынка и ужесточением конкуренции.

- узкая специализация, ориентировка на качество, а не на количество (по примеру США).

- большее внимание рекламе и маркетингу, использование гибких систем скидок.

### Литература

1. Количество пользователей интернета в России. [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.bizhit.ru/index/users\\_count/0-151](http://www.bizhit.ru/index/users_count/0-151)

2. Российский рынок интернет-торговли: товары 2015. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://marketing.rbc.ru/research/562949998554756.shtml>