

ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ:

КТО, ЧТО, ГДЕ, КОГДА

Елизавета КОВАЛЕВИЧ,
Карина КОРОЛЁНОК

В НАСТОЯЩЕЕ
ВРЕМЯ, КОГДА БУРНО
РАЗВИВАЮТСЯ
ИНФОРМАЦИОННЫЕ
ТЕХНОЛОГИИ, СОЗДАНИЕ
ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ
СТАЛО ОДНИМ
ИЗ ПЕРСПЕКТИВНЫХ
ТЕЧЕНИЙ ОНЛАЙН-
БИЗНЕСА.

Данное направление развития вызывает интерес не только у владельцев интернет-магазинов, но и у обычных покупателей. Этот интерес абсолютно обоснованный, ведь интернет-торговля имеет много плюсов, таких как: возможность произвести покупку, не покидая дома; с минимальными временными затратами изучить ассортимент товаров, который предложен на сайте; оплатить товар электронными деньгами. Тем не менее данное направление пока несет и ряд конструктивных недостатков.

КТО ПОКУПАЕТ

С каждым годом растет число белорусов, покупающих товары в интернете. При этом они все чаще осваивают зарубежные интернет-магазины, не боясь оставлять на непроверенных сайтах свои персональные данные и данные своих банковских карточек. Не останавливают людей и ограничительные таможенные меры, которые позволяют беспроцентно заказывать и ввозить в страну товаров на сумму не более 22 евро в месяц. Также растет количество предпринимателей, которые ведут свой бизнес на интернет-площадке. Ведь на данный момент многие пользователи осознают, что интернет подходит для ведения бизнеса не хуже, чем традиционная деловая среда.

Согласно исследованию аналитического агентства Data Insight, около 65% пользователей белорусского интернета имеют опыт покупок в интернете, а 18% пользователей, что составляет примерно 900 тыс. человек, приобрели что-то за последние полгода. Однако эти показатели не являются высокими, как может показаться на первый взгляд. К примеру, в США 70% пользователей совершают как минимум одну покупку в интернет-магазинах только за один месяц.

С учетом самого загруженного периода в интернет-магазинах, а именно: Рождество и Новый год, 23 февраля и 8 Марта, а также учитывая рост онлайн-торговли в течение года, средневзвешенная оценка общего объема рынка за 2016 год составляет 450 млн долл. По прогнозам аналитиков, объем рынка интернет-торговли в Беларуси также будет варьироваться в диапазоне 400-500 млн долл. Мировая доля электронной торговли составляет 7% от всего товарооборота, в стране этот показатель многим ниже – всего 1,5%. Тем не менее простор для развития рынка электронной торговли в Республике Беларусь очевиден, ведь в процесс электронного шоппинга вовлечено гораздо меньше людей, чем в интернет в целом. Это значит, что потенциал такого вида торговли в стране огромен.

Таблица 1

Распределение доли покупателей по категориям товаров

| | | | |
|----------------------------|-----|---------------------------|-----|
| Техника и электроника | 49% | Косметика и парфюмерия | 17% |
| Телефоны и гаджеты | 49% | Бронь отелей, прокат авто | 16% |
| Компьютеры и комплектующие | 38% | Ювелирные украшения, часы | 12% |
| Одежда, обувь, сумки | 36% | Мебель | 11% |
| Билеты на концерт, в театр | 33% | Продукты питания, напитки | 11% |
| Билеты на самолеты, поезда | 33% | Цифровой контент | 11% |
| Товары для дома и ремонта | 29% | Программное обеспечение | 11% |
| Книги и канцтовары | 27% | Диски с контентом или ПО | 10% |
| Детские товары | 26% | Хобби, рукоделие | 10% |
| Подарки, цветы, сувениры | 21% | Туры и путевки | 9% |
| Спортивные товары | 20% | Лекарства и оптика | 6% |
| Автозапчасти и аксессуары | 20% | | |

ЧТО ПОКУПАЮТ

Как и на соседних рынках, белорусы наиболее активно покупают электронику, бытовую технику, компьютеры и их комплектующие. В сумме опыт приобретения товаров из этих трех категорий имеют более 90% всех покупателей. Чуть меньшим спросом пользуется сегмент «одежда, обувь и аксессуары». Более трети белорусских клиентов интернет-магазинов, т.е. более 1 млн человек, имеют опыт покупки данных товаров. Более подробные данные о наиболее популярных видах продукции представлены в таблице 1.

Интересно, что, в отличие от других стран, белорусы часто заказывают билеты. Это является отличительной чертой белорусской интернет-торговли.

Средний чек покупок в интернет-магазинах в конце 2016 года составил 91 долл., хотя больше половины всех онлайн-приобретений белорусов находится в диапазоне 25-100 долл. Некоторое количество покупок из Китая также попадает в данный диапазон: это небольшие гаджеты, запчасти и аккумуляторы, которые массово заказывают белорусы. В среднем белорусский интернет-покупатель за полгода совершает три-четыре покупки и тратит на них 290 долл. При этом на период с октября по март приходится чуть более 60% годовых покупок, т.к. на этот период выпадают все ключевые праздники.

ГДЕ ПОКУПАЮТ

Более 45% взрослого населения страны (приблизительно 3,2 млн человек) имеют хотя бы одно-

кратный опыт покупок через интернет. Наиболее многочисленной возрастной группой являются пользователи 25-34 лет, что составляет более 35% от всех покупателей. Также высок процент покупателей от 18 до 24 лет, хотя они менее платежеспособны.

Больше половины интернет-покупателей в стране живут в Минске (53,7%), на каждый из остальных городов приходится не более 5% покупателей. При этом сельское население и малые города составляют более 50% населения, на которое приходится всего лишь четверть покупателей. В таблице 2 приведен список наиболее «популярных городов».

Таблица 2

Распределение покупателей в интернет-магазинах по месту жительства

| | |
|---|-------|
| Минск | 53,3% |
| Брест | 4,8% |
| Витебск | 4,1% |
| Гомель | 4,8% |
| Могилев | 3,7% |
| Другой населенный пункт с населением более 50 000 человек | 13% |
| Другой населенный пункт с населением менее 50 000 человек | 16,3% |

В столице не только больше покупателей, они еще и более активны. Доля минчан среди тех, кто совершил всего лишь одну покупку за год, составляет 42%. При этом среди тех, кто совершил больше 5 покупок за полгода, на Минск приходится 72,7%, а на другие города – всего лишь по 3%. Это объясняется большим процентом образованных и молодых жителей в городе Минске. В среднем один покупатель совершает 3,2 покупки за полгода.

Значительный процент (41%) интернет-покупателей приобретают товары за рубежом. Основным поставщиком товаров является Китай – здесь делают заказы 21% от всех белорусских интернет-покупателей. Россия хоть и является ближайшим крупным соседом с тем же языком, из нее делают покупки только 11% покупателей – это на 3% больше, чем США. Приблизительно белорусы тратят 180 долл. за полгода.

КОГДА ПОКУПАЮТ

Большинство интернет-покупателей полагают, что интернет – это в первую очередь низкие цены, короткое время, за которое можно произвести покупку, а также удобство при приобретении товара. Кроме того, более четверти пользователей отмечают, что в интернет-магазинах выбор продукции гораздо шире, чем в обычных. Несмотря на положительное отношение белорусских пользователей к электронной торговле в целом, а также то, что большинст-

во пользователей интернета в стране имеют опыт покупок в интернет-магазинах, большинство приобретений делается в офлайн-магазинах.

Главным стопором интернет-торговли в Беларуси является слабое предложение, а также отсутствие стопроцентной гарантии в качестве товара у покупателей. По мере роста качества и количества магазинов можно будет наблюдать постоянный и планомерный рост электронной торговли в стране.

В настоящее время отмечается значительный рост интернет-магазинов. Государство создает все условия для этого, о чем свидетельствует быстрое развитие данной формы торговли. По состоянию на 1 января 2015 г. зарегистрировано было 6473 магазина, а к 20 апреля 2016 г. их количество увеличилось до 12 267.

За последние годы принят целый комплекс законодательных мер, направленных на создание условий функционирования рынка электронной торговли и защиту прав потребителей. Например:

- пункты выдачи товаров;
- доставка товаров сторонними курьерскими службами;
- возможность у покупателя в течение 7 дней вернуть любой товар, приобретенный в интернет-магазине, даже качественные сложнотехнические товары, чего в настоящее время сделать недоступно. Ограничения на возврат предполагаются только для товаров, сделанных по индивидуальному заказу;
- прием платежей посредством автоматизированной информационной системы единого расчетного и информационного пространства (АИС «Расчет»).

Одним из основных направлений интернет-торговли на сегодня является реализация товаров повседневного спроса. А также можно выделить товары широкого спроса, например, мобильные телефоны или компьютеры, которые люди готовы заказывать исключительно по их визуальным и техническим характеристикам. Все это в Республике Беларусь на данный момент находится в зачаточном состоянии из-за отсутствия комплексного видения проблемы. И сейчас существуют интернет-магазины, которые отвечают высоким стандартам качества, однако в Беларуси они представлены в малом количестве. Несмотря на это, мы приходим к выводу: для интернет-торговли в Республике Беларусь все только начинается.

