

Создание экосистем для развития электронной коммерции: вызовы и возможности

КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ

Рынок электронной коммерции в России имеет большой потенциал роста

«У нас сейчас всего 3,5 онлайн-покупки на человека в год. <...> Тот потенциал, который есть у рынка электронной коммерции в России, — это около 20 покупок в год, а показатель может быть, как минимум, 7-10. В перспективе нескольких лет объем рынка может составить 5-7 трлн руб.», — Николай Подгузов, гендиректор ФГУП «Почта России».

Возможности интернет-коммерции привлекательны для российского бизнеса

«У "Почты России" в этой системе могла бы быть одна из ключевых ролей. Наша самая сильная сторона — это логистика. С помощью поддержки группы ВТБ мы намерены создать не меньше 40 логистических центров: 7 больших хабов, 14 хабов в городах-миллионниках и пятисоттысячниках, еще порядка 10 хабов в крупных областных центрах. Создав эту систему, мы охватим не менее 80% населения нашей страны», — Николай Подгузов.

«Мы постараемся в рамках нашего стратегического партнерства («Почта России», «Магнит» и ВТБ договорились о совместной работе в сфере интернет-коммерции, — ред.), которое является открытым, продвинуть идею создания экосистемы электронной коммерции в стране и существенно повысить объем этого рынка», — Николай Подгузов.

«Банк должен играть роль финансового инструмента, обеспечивающего финансовые расчеты, защиту и ряд других очень важных функций. Но все-таки самому не становиться этой экосистемой, а доверить это тем институтам, которые на ней специализируются», — Андрей Костин, президент – председатель правления, член наблюдательного совета, член комитета по стратегии и корпоративному управлению Банка ВТБ.

«Должна быть система, прежде всего отвечающая интересам российских товаропроизводителей и структур. В ближайшее время мы сформулируем базовую концепцию», — Андрей Костин.

«Мы верим в синергию классической торговли и интернет-торговли. Нам больше верится в историю, когда покупатель, приходя в магазин за традиционной покупкой овощей и фруктов, одновременно получит заказ, который он сформировал в Интернете. Я говорю и о промышленных товарах, и о продуктах более длительного потребления», — Илья Саттаров, замгендиректора по продажам и персоналу ПАО «Магнит».

«Мы на сегодняшний момент оперируем 16 тыс. магазинов, которые расположены на 2/3 территории РФ. В синергии с почтовыми отделениями мы в принципе в состоянии обеспечить выдачу заказов буквально в любом уголке страны», — Илья Саттаров.

ПРОБЛЕМЫ

Недостаточное развитие логистики для электронной коммерции

«Здесь есть еще серьезные отставания, хотя ряд структур, в частности "Магнит", создали свои логистические системы. Достаточно мощные, но они еще не являются системами, которые способны были бы обеспечивать интернет-торговлю не одной отрасли или корпорации, а быть системой, которая позволяла бы иметь федеральный уровень», — Андрей Костин.

Недостаточное проникновение онлайн-платежей

«По итогам 9 месяцев 2017 года доля людей, которые используют карточки для снятия наличных, почти в 2 раза превышает долю транзакций, которые с помощью этих карт совершаются. 18,7 трлн руб. против 11. Необходимо дальнейшее более интенсивное использование онлайн-платежей», — Николай Подгузов.

Большая доля крупных иностранных игроков на рынке

«В современном мире на долю топ-3 игроков электронной коммерции приходится не менее 60% рынка. У нас топ-3 игрока занимают около 15%», — Николай Подгузов.

Отсутствие общедоступного справочника номенклатуры товаров и услуг

«Крупные розничные фирмы и различные агрегаторы ведут свои классификаторы, но они их не очень охотно предоставляют», — Борис Нуралиев, директор ООО «1С».

РЕШЕНИЯ

Разработка единой платформы для российских участников рынка электронной коммерции

«Для качественного рывка необходимо создание так называемой экосистемы. Это технологическая платформа, которая объединит продавцов, покупателей и сервисные компании для реализации и доставки товаров как внутренним потребителям, так и за рубежом. Это даст серьезное снижение барьеров для входа на рынок», — Николай Подгузов.

«Мы имеем логистику, мы должны иметь связующую IT-платформу, должны иметь финансовый движок всей этой системы. Возможно, это могла бы быть открытая система, к ней подключались бы различные

каналы продаж, различные маркетплейсы — наподобие AppStore, где каждый продавец может разместить бесплатно свои продукты», — Николай Подгузов.

«Важно, чтобы люди чувствовали, что все выигрывают от общей синергии доступа», — Ермолай Солженицын, старший партнер McKinsey & Company.

«Малый бизнес может существенно увеличить свою эффективность», — Борис Нуралиев.

Ускорение внедрения новых технологий

«Важно не иметь разрыва между технологическими возможностями и уровнем их внедрения», — Андрей Костин.

Совершенствование технологий прогнозирования спроса

«Самым важным в цифровой экономике является прогноз и персонализация. Если вы можете прогнозировать рынок, то вы в данном случае можете управлять всем, чем хотите. Сейчас наши технологии позволяют прогнозировать в среднем по рынку с точностью 65%», — Илия Димитров, исполнительный директор Ассоциации электронных торговых площадок.