УДК:004:339.16(470.23-25) DOI:10.12737/22399

**Ногина Ольга Романовна**, магистрант кафедры внешнеэкономической-деятельности и торгового дела, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого (Российская Федерация, г. Санкт–Петербург), e-mail:noginaor@mail.ru

## ОРГАНИЗАЦИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

В данной статье рассматривается состояние электронной коммерции в городе Санкт-Петербурге. Выделены основные особенности относительно региональных рынков, выявлены проблемы развития городского рынка интернет-торговли. Приведены некоторые статистические данные по г. Санкт-Петербургу.

*Ключевые слова:* электронная коммерция, рынок интернет-торговли в Санкт-Петербурге, онлайн-покупки.

**NOGINAO. R.,** Master student of the Department of Foreign Trade Activities and Trade Business, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University (Russian Federation, St. Petersburg), e-mail: noginaor@mail.ru

## ORGANIZATION OF E-COMMERCE IN SAINT PETERSBURG

This article discusses the state of e-commerce in St. Petersburg. The basic features of the regional markets are revealed, the problems of urban e-commerce market are identified. Some statistics for St. Petersburg are presented.

*Keywords:* e-commerce, e-commerce market in St. Petersburg, on-line purchases.

На современном этапе развития информационных систем невозможно представить себе деятельность человека, которая бы не использовала в повседневной жизни данные коммуникации. Говоря об экономическом развитии, нельзя не отметить активное проникновение компьютерных и цифровых технологий в данную сферу. Выражается это в том числе в развитии рынка электронной коммерции, который представляет собой виртуальную площадку для торговли [2].

Российский рынок интернет-торговли в настоящее время является одним из самых динамично развивающихся в Европе: согласно многим исследованиям, количество онлайн-покупателей в ближайшие пять лет будет только увеличиваться.

Согласно исследованиям, проведенным компанией Nielsen, 89% российских интернет-пользователей совершали покупки в сети хотя бы единожды, оставшиеся 11% использовали Интернет для просмотра информации об интересующем товаре и затем совершали покупку в обычном магазине [8]. Важной особенностью развития интернет-торговли в России является её региональный аспект. Выражается это в первую очередь в отсталости развития регионов в области электронной коммерции от двух столиц – Москвы и Санкт-Петербурга.

На настоящий момент времени Санкт-Петербург является вторым городом России по доле онлайн-покупателей – 79% пользователей Интернета совершали покупки в сети. Всего в Москве и Санкт-Петербурге зарегистрировано

около 15 000 интернет-магазинов, на долю которых приходится 40% процентов покупателей и 60% оборота всей российской интернет-торговли [4].

Рынок электронной коммерции в Санкт-Петербурге имеет ряд особенностей относительно региональных рынков:

1.Высокий уровень проникновения Интернета (в Санкт-Петербурге данный показатель составляет около 85% против среднероссийского уровня 60%).

2.Повышенная компьютерная грамотность населения.

3.Большая доля образованного населения.

4.Более высокий уровень заработных плат относительно регионов.

Рассмотрим данные особенности более подробно.

Благодаря более плотному покрытию интернет-соединения жители Санкт-Петербурга имеют больше возможностей для выхода в Интернет. В данном случае можно говорить не только о наличии домашнего доступа, но и о выходе в Интернет в общественных местах – наличии бесплатных точек доступа (wi-fi). Сейчас данное направление в Санкт-Петербурге развивается довольно активно, всё больше кафе, ресторанов, бизнес-центров, автобусов и других общедоступных мест снабжаются специальным оборудованием, которое обеспечивает выход в Интернет для многих пользователей. В настоящее время проводятся мероприятия по проведению бесплатного wi-fi в Петербургский метрополитен. Таким образом, чем больше возможностей для выхода в Интернет имеют пользователи, тем больше вероятность совершения ими онлайн-покупок.

Здесь важно отметить, что четыре из десяти онлайн-покупок совершаются через мобильные устройства связи. В России 51% мобильных транзакций приходится на смартфоны, с помощью которых сейчас очень удобно осуществлять выход в Интернет благодаря большому экрану. Поэтому важно обращать внимание именно на данный вид просмотра Интернет-страниц, необходимо проводить оптимизацию сайтов под мобильные устройства, а также создавать мобильные приложения, с помощью которых пользователи смогут выбрать и приобрести понравившийся товар.

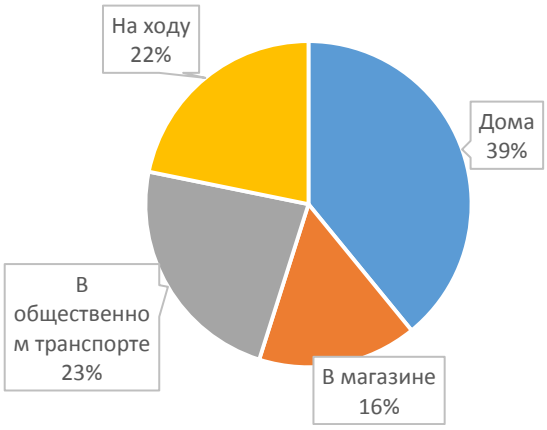



Рис. 1 – Место использования смартфона для совершения онлайн-покупок[6]

Что касается повышенной компьютерной грамотности населения и более высокого уровня образования в г. Санкт-Петербурге, то данная особенность связана прежде всего с составом населения данного города. В городе находятся более 80 высших учебных заведений, многие молодые люди приезжают из разных городов России для похождения обучения в Санкт-Петербурге. Ввиду этого в составе городского населения довольно широкую прослойку

занимают студенты, активные пользователи Интернета. В настоящее время Санкт-Петербург является одним из самых «образованных» городов в России.

На рис. 2 приведен график состава городского населения по уровню образования. Данные показатели значительно превышают среднероссийский уровень (например, в целом по России только 25% людей имеют высшее профессиональное образование). Образованные люди, как правило, значительно чаще используют компьютерную технику в повседневной жизни, а значит, наиболее расположены к совершению покупок онлайн.

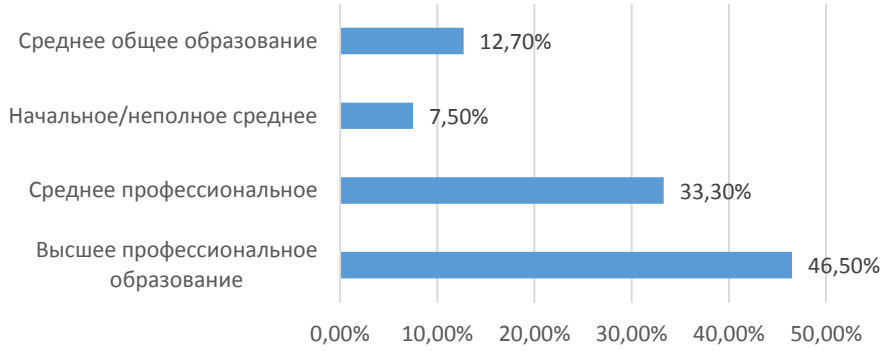



Рис. 2 – Состав населения Санкт-Петербурга по уровню образования (согласно переписи 2010 г.) [5]

И, наконец, еще одним важным преимуществом в развитии рынка электронной коммерции в Санкт-Петербурге является более высокий уровень заработных план относительно других регионов России. Более 60% петербуржцев трудоустроены, остальные 40% составляют пенсионеры, студенты/учащиеся, безработные и домохозяйки. На настоящий момент средний уровень заработной платы в Санкт-Петербурге составляет около 43 тыс.руб.

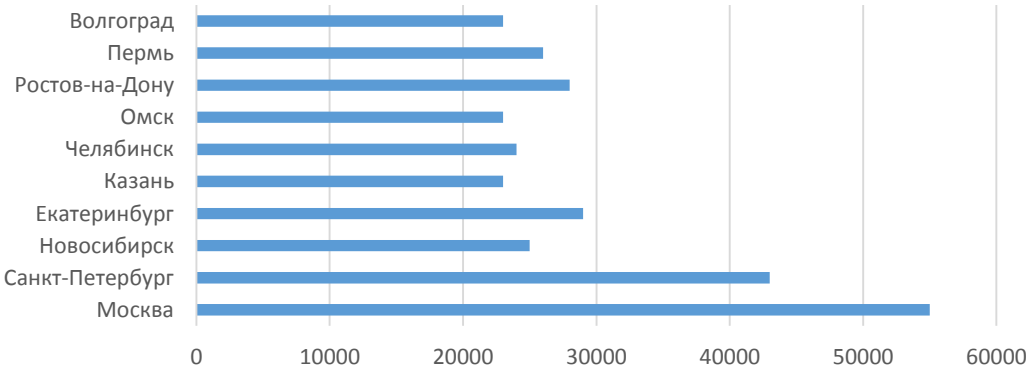



Рис. 3 – Среднее предложение по заработной плате по всем вакансиям в различных городах России[3]

Благодаря более высоким заработным платам население больше склонно к совершению покупок вообще и в частности в интернет-магазинах.

Однако, как и в других городах России, в Санкт-Петербурге также присутствуют некоторые проблемы, препятствующие более активному развитию электронной коммерции. Несмотря на высокий уровень компьютерной грамотности, у населения присутствует недоверие к онлайн-магазинам, т.к. отсутствует возможность рассмотреть товар в реальности перед покупкой. Достаточно высок процент покупателей, которые предпочитают изначально выбрать товар в обычном магазине, а затем приобрести его в Интернете, где предложение по цене привлекательнее.

Еще одной проблемой петербургской электронной коммерции является вопрос доставки – многие интернет-магазины не осуществляют доставку в другие регионы России, тем самым снижая число потенциальных покупателей их продукции. Также многих потребителей может оттолкнуть от покупки довольно высокая стоимость доставки товара.

Также большое недоверие вызывает безопасность финансовых сделок и передаваемой конфиденциальной информации. Так, например, более 60% покупателей не доверяют данные банковских карт интернет-ресурсам и предпочитают оплачивать заказы наличными курьеру [8].

Подводя итог вышесказанному, можно говорить об активном росте рынка электронной коммерции в Санкт-Петербурге, а главное – о наличии довольно высокого потенциала для его развития. Большая часть городского населения состоит из молодых и образованных людей, готовых к совершению онлайн-покупок. Для дальнейшего увеличения доли продаж через Интернет необходимо подстраиваться под потребителя, повышать безопасность сделок в сети, оптимизировать логистические процессы, а также завоевывать доверие покупателей.

***Библиография:***

1.Бахарев В. В. Российский рынок электронной торговли: реалии и возможные перспективы // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 9-2. – С. 441–445.

2. Красюк И. А., Ногина О. Р. Развитие электронной розничной торговли в России // Практический маркетинг. – 2015. – № 7. – С. 3–8.

3.Петербургский Правовой Портал: официальный сайт: [Электронный ресурс]: http://ppt.ru/info/10 (дата обращения: 15.03.2016)

4.Экономика Рунета. Исследование экономики рынков интернет-сервисов и контента в России: официальный сайт: [Электронный ресурс]: http://raec.ru/upload/files/er15.pdf(дата обращения: 14.03.2016)

5.Энциклопедия маркетинга. Социально-демографические характеристики жителей Санкт-Петербурга: [Электронный ресурс]: http://www.marketing.spb.ru/mass/pri/2003/03.htm (дата обращения: 15.03.2016)

6.E-pepper. Исследование рынка электронной коммерции 2015–2020: официальный сайт: [Электронный ресурс]: http://www.e-pepper.ru/news/forrester-ecommerce-research.html (дата обращения: 10.03.2016)

7.MarketingUp. Рекламно-консалтинговоеDigital-агентство. Рынок интернет-торговли в России. Статистика интернет-магазинов: официальный сайт: [Электронный ресурс]: http://marketingup.ru/blogs/rynok-internet-torgovli-v-rossii-statistika-internet-magazinov (дата обращения: 10.03.2016)

8.Nielsen. Исследовательское агентство потребительских предпочтений: [Электронный ресурс]:http://www.nielsen.com/ru/ru/insights/news/2016/digital-wallet-Russia-2016.html (дата обращения: 12.03.2016)

9.Рудакова О.В., Бардовский В.П. Научно-технический потенциал: Россия на фоне мировых тенденций // Вестник ОрелГИЭТ. – 2014. - №1(27). – С. 35-42.

***References:***

1. Bakharev V. V. Rossiiskii rynok elektronnoi torgovli: realii i vozmozhnye perspektivy // Ekonomika i predprinimatel'stvo. – 2015. – № 9-2. – S. 441–445.(InRuss.)

2. Krasiuk I. A., Nogina O. R. Razvitie elektronnoi roznichnoi torgovli v Rossii // Prakticheskii marketing. – 2015. – № 7. – S. 3–8. (In Russ.)

3. Peterburgskii Pravovoi Portal: ofitsial'nyi sait: [Elektronnyi resurs]: http://ppt.ru/info/10 (data obrashcheniia: 15.03.2016) (In Russ.)

4. Ekonomika Runeta. Issledovanie ekonomiki rynkov internetservisov i kontenta v Rossii: ofitsial'nyi sait: [Elektronnyi resurs]: http://raec.ru/upload/files/er15.pdf (data obrashcheniia: 14.03.2016) (In Russ.)

5. Entsiklopediia marketinga. Sotsial'nodemograficheskie kharakteristiki zhitelei Sankt-Peterburga: [Elektronnyi resurs]: http://www.marketing.spb.ru/mass/pri/2003/03.htm (data obrashcheniia: 15.03.2016) (In Russ.)

6. E-pepper. Issledovanie rynka elektronnoi kommertsii 2015–2020: ofitsial'nyi sait: [Elektronnyi resurs]: http://www.e-pepper.ru/news/forrester-ecommerce-research.html (data obrashcheniia: 10.03.2016) (In Russ.)

7. MarketingUp. Reklamno-konsaltingovoe Digital-agentstvo. Rynok internet-torgovli v Rossii. Statistika internet-magazinov: ofitsial'nyi sait: [Elektronnyi resurs]: http://marketingup.ru/blogs/rynok-internet-torgovli-v-rossii-statistika-internet-magazinov (data obra-shcheniia: 10.03.2016) (In Russ.)

8. Nielsen. Issledovatel'skoe agentstvo potrebitel'skikh predpochtenii: [Elektronnyi resurs]:http://www.nielsen.com/ru/ru/insights/news/

2016/digital-wallet-Russia-2016.html (data obrashcheniia: 12.03.2016) (In Russ.)

9. Rudakova O.V., Bardovskij V.P. Nauchno-tekhnicheskij potencial: Rossiya na fone mirovyh tendencij // Vestnik OrelGIEHT. – 2014. - №1(27). – S. 35-42.