



КОРОНАВИРУСНЫЕ ОГРАНИЧЕНИЯ ПОДСТЕГНУЛИ РАЗВИТИЕ ОНЛАЙН-ТОРГОВЛИ НА ЮГЕ. ЭТО ПРОИЗОШЛО В ТОТ МОМЕНТ, КОГДА И ПРОДАВЦЫ, И ПОКУПАТЕЛИ, И ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА ДОСТИГЛИ «ВЫСОКОЙ СТЕПЕНИ ГОТОВНОСТИ»

18→ стремительно развиваются. 11 ноября компания раскинула в южной столице сеть из 16 дарксторов (небольших по площади складов) для экспресс-доставки, которые одновременно заработали в разных районах мегаполиса.

Развитием инфраструктуры занимаются и другие заметные игроки рынка. Так, в октябре текущего года OZON открыл в Ростове-на-Дону несколько пунктов экспресс-доставки. «Желание покупателей становится своеобразным триггером развития новых высококачественных услуг в сфере электронной коммерции», — объяснил Артем Соколов. — Понимание того, что клиент не готов долго ждать заказ, хочет получить его как можно быстрее, приводит к бурному развитию экспресс-доставки».

Помимо этого российские маркетплейсы начинают привлекать партнеров, создавая на юге «опорные пункты» консалтинга и обучения. Например, недавно OZON запустил в Ростове Ozon Dom — пространство для продавцов маркетплейса. По словам руководителя региональной сети развития компании Василия Погонина, в планах — тренинги и семинары, посвященные работе на маркетплейсе, аналитическим и маркетинговым инструментам, особенностям логистической инфраструктуры.

ГОСПОДДЕРЖКА КАК НОВЫЙ ФАКТОР РОСТА

Эксперты АКИТ назвали еще один фактор, способствующий динамичному росту e-commerce в России вообще (и на юге в частности). Это меры государственной и региональной поддержки. «Несколько лет назад Москва, Московская область и Санкт-Петербург обеспечивали больше половины всего объема интернет-торговли. Ни один из регионов не дотягивал даже до 1%, — подчеркнул господин Соколов. — Сегодня мы видим устойчивую тенденцию к росту: с одной стороны, появился спрос со стороны населения, а с другой — практически каждый регион проводит акселерацию бизнеса, в том числе субсидирует комиссии маркетплейсов или даже помогает с описанием брендов. Кроме того, помощь получают и сами электронные площадки, например, с выделением земли под строительство складов».

В Ростовском региональном агентстве поддержки предпринимательства (АНО МФК «РРАПП») поддержка интернет-торговли выведена в отдельное направление. «В период с июля 2020 года по март 2021-го субъектам МСП предоставлялась услуга по содействию в размещении на электронных торговых площадках (на общую сумму 5,7 млн руб.). Услуга оказалась востребованной: нашей помощью воспользовались 32 субъекта МСП, из них 26 размещены на российских маркетплейсах, а шесть — на зарубежных», — рассказала директор агентства Яна Куринова. По ее словам, в итоге предпринима-

тель получал услугу под ключ: создание и регистрацию аккаунта, размещение товаров с описанием на четырех языках, брендинг, запуск рекламы, обучение работе и год бесплатного консалтинга.

Спрос со стороны предпринимательского сообщества как на финансовую поддержку, так и на консалтинговые услуги по организации интернет-торговли стабильно высокий. «Онлайн-продажи — это тренд и один из самых часто встречающихся запросов, которые коммерсанты озвучивают на консультациях, — сообщила гендиректор Микрокредитной компании Ростовский муниципальный фонд поддержки предпринимательства Евгения Благодина. — Мы регулярно приглашаем экспертов в сфере продвижения на различных маркетплейсах и проводим обучающие мероприятия для предпринимателей. У них пользуются популярностью такие услуги, как создание односторонних сайтов и презентационных видеороликов, SMM под ключ и администрирование в Instagram, маркетинговое консультирование, содействие в регистрации товарного знака и программ для ЭВМ, патентный поиск. В 2021 году состоялись курсы повышения квалификации по темам: “Цифровизация бизнеса” и “Таргетированная реклама с нуля”».

СКОРОСТЬ — КЛИЕНТАМ, БЕЗОПАСНОСТЬ — ПЛОЩАДКАМ

По оценкам экспертов, в e-commerce формируется еще один тренд — крупные торговые интернет-площадки будут активно включаться в экосистемы

банков. «Банки уже сейчас сотрудничают с маркетплейсами по нескольким направлениям: это и лидогенерация, и медийная реклама, и другие виды размещения, — перечислила директор территориального офиса РОСБАНКА в Ростове-на-Дону Олеся Алферова. — Клиенты могут обращаться в банк и напрямую с сайтов, калькуляторов, лендингов, форумов агрегаторов, а также после того, как увидели определенный бренд и приняли решение о сотрудничестве».

По словам Артема Соколова, пандемия и связанные с ней ограничения ускорили многие процессы в e-commerce, в том числе обеспечили приток новых участников, как поставщиков, так и клиентов. «Сегодня мы говорим об устойчивой привычке россиян к заказам товаров в интернете и о способности рынка моментально подстраиваться под любые запросы клиентов, обеспечивать максимальный комфорт», — подчеркнул эксперт.

Он добавил, что сейчас одним из главных трендов в сфере интернет-торговли является совершенствование сервиса. Это значит, что и в новом году число компаний, специализирующихся на оперативной доставке, будет расти.

По прогнозам специалистов ПАО «Ростелеком», в следующем году повысится спрос на обеспечение надежной защиты от кибермошенничества. По данным Solar JSOC (первый и крупнейший российский коммерческий центр противодействия кибератакам; в мае 2018 года «Ростелеком» приобрел 100% акций компании), для ЮФО характерен

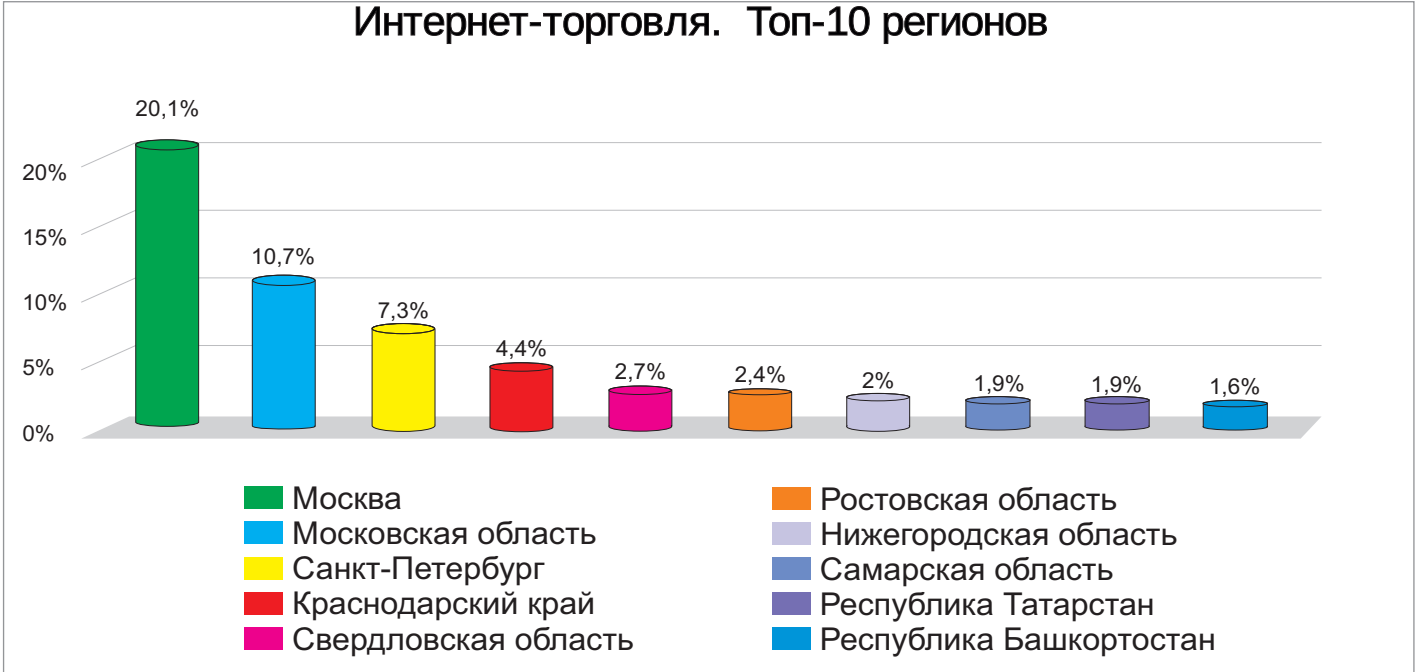
высокий уровень киберугроз. За 10 месяцев 2021 года эксперты Solar JSOC зафиксировали в ЮФО 58 тыс. атак, из которых более 40% было реализовано с помощью вредоносного программного обеспечения (вирусов-шифровальщиков, троянов, шпионского ПО и т. п.), что является крайне высоким показателем на фоне остальных регионов. Вторым и третьим по популярности методами взлома корпоративных инфраструктур стали атаки на веб-приложения (29%) и DDoS (6%). В Ростове-на-Дону в ноябре текущего года компания «Ростелеком» открыла региональное подразделение Solar JSOC — «Ростелеком Солар», которое будет работать с киберугрозами на всей территории ЮФО и СКФО, обеспечивая безопасность клиентов компании.

В «Ростелекоме» отметили, что закономерно вместе с рынком e-commerce будет расти и количество мошенничеств в этой сфере. Для компании вопросы кибербезопасности являются ключевыми и применительно к сфере онлайн-торговли. Хакеры все чаще уводят продажи на другие платформы, фишинговые сайты, взимая с покупателей деньги и оставляя их без покупки. Сейчас «Ростелеком Солар» проводит для предпринимателей курсы по теме информационной безопасности компаний, в частности предприятий, открывающих собственные интернет-магазины.

Опрошенные эксперты единодушно заметили, что коронавирусные ограничения стали катализатором для развития онлайн-торговли на юге, подстегнули ее развитие в тот момент, когда и продавцы, и покупатели, и техническая база достигли «высокой степени готовности». Эксперты уверены, что в 2022 году онлайн-коммерция будет наращивать объемы, ее потенциал далеко не исчерпан.

Так, вице-президент «ОПОРЫ РОССИИ» Павел Сигал спрогнозировал, что в следующем году, если эпидемиологическая ситуация не изменится, доля интернет-торговли может вырасти и достигнуть 10,5-12% от общего объема розницы (сегодня, по данным АКИТ, она составляет 8,6%).

По оценкам директора по инновациям и инвестициям МТС Дмитрия Курина, доля интернет-торговли в общем объеме розницы в 2022 году достигнет 14%, а оборот по итогам года составит около 5,5 трлн руб. Представитель «Ростелекома» заметил, что рынок электронной коммерции развивается опережающими темпами, а ранее сделанные прогнозы корректируются. Например, до пандемии специалисты агентства Data Insight прогнозировали, что к 2024 году оборот интернет-торговли в России составит 5,6 трлн руб. Сейчас аналитики прогнозируют более высокий рост рынка к 2024 году — до 7,3 трлн руб., то есть почти в 2,1 раза больше, чем ожидается по итогам текущего года согласно прогнозам АКИТ. ■



ИСТОЧНИК: АКИТ