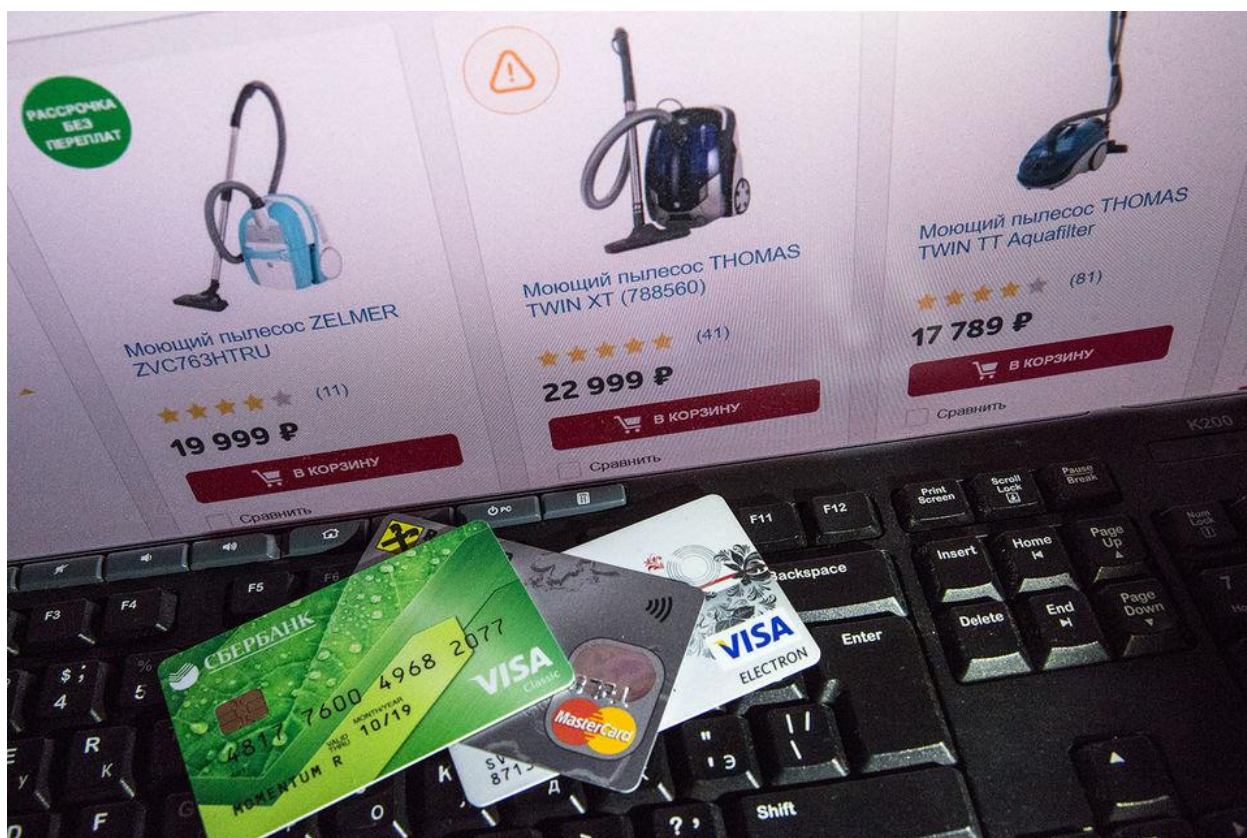


Почти половина петербуржцев покупает в интернете одежду, туры и авиабилеты

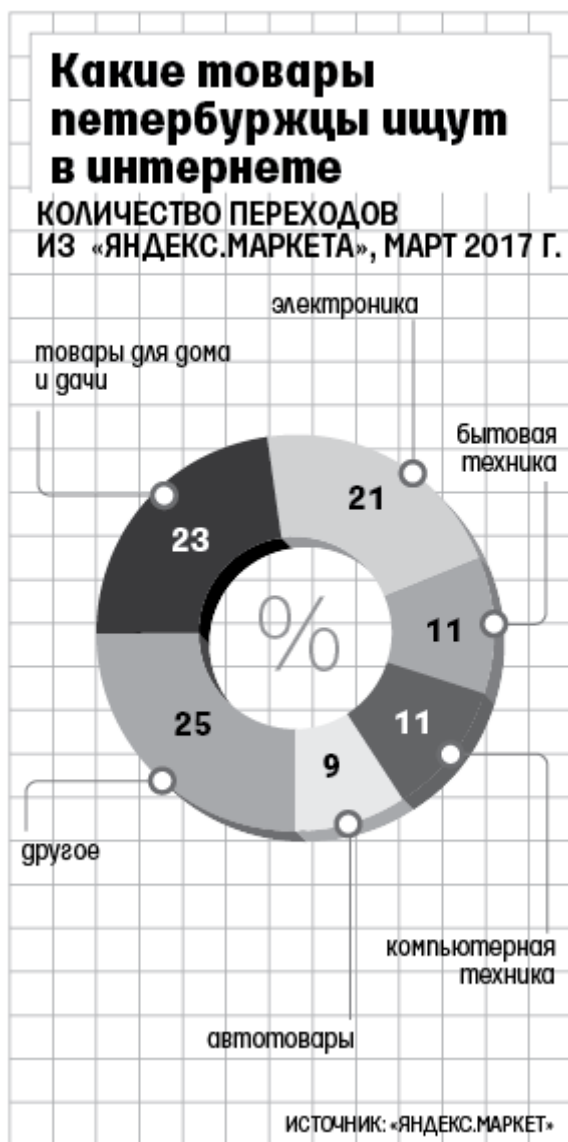
На Петербург приходится около 10% оборота онлайн-торговли

30 июня 01:05 | Мария Буравцева, Светлана Зайцева / Ведомости – Санкт-Петербург



Средняя посещаемость интернет-магазинов в Петербурге в марте 2017 г. по сравнению с мартом 2016 г. выросла на 3,5%, по данным «Яндекс.Метрики».

Количество посещений сайтов растет в первую очередь за счет мобильного трафика – люди заходят в интернет-магазины с мобильных устройств все чаще, хотя для покупок все еще в основном используют десктопы, говорит руководитель службы аналитики «Яндекс.Маркета» Владислав Исмагилов. В Северо-Западном федеральном округе (СЗФО) число посещений с мобильных за год выросло на 23%.



Со ссылкой на данные Mediascope Web Index Исмагилов сообщил, что в феврале 2017 г. в СЗФО более 3,3 млн человек совершали покупки онлайн. Хотя бы один раз за год совершали покупку онлайн 89% пользователей интернета в регионе, говорит Исмагилов. Таким образом, рост продаж в онлайн-ритейле происходит уже в основном не за счет привлечения новых пользователей интернета, а за счет увеличения частоты покупок, считает аналитик. По данным Исмагилова, количество переходов с «Яндекс.Маркета» на страницы интернет-магазинов увеличилось с марта 2016 по март 2017 г. на 21%. По данным «Яндекса», с марта 2016 по март 2017 г. заметнее всего вырос интерес к товарам категорий «Дом и дача», «Красота и здоровье», а также товарам для животных: доля переходов на сайты из этих категорий увеличилась на 29, 44 и 47% соответственно (см. инфографику). При этом, по данным GfK, жители Петербурга больше всего покупали за последние месяцы в интернете билеты (в

кино, театр, на концерты и проч.) и одежду – более 50%, авиабилеты и туры – около 50%, книги и мобильные телефоны (более 40%). Цены в интернет-магазинах, по данным «Яндекс.Маркета», падают – средний чек на мобильные телефоны снизился на 6%, на телевизоры – на 16,4%, на садовую технику – на 14,3%, но вырос на шины (0,8%) и моторные масла (2,1%).

В СТД «Петрович» онлайн-оборот в I квартале 2017 г. вырос на 32% по сравнению с аналогичным периодом 2016 г., прирост за пять месяцев – примерно 29%, передал через пресс-службу гендиректор СТД «Петрович» Евгений Мовчан. По его словам, компания рассчитывает на рост продаж во втором полугодии этого года за счет отложенного покупательского спроса на фоне аномально холодной весны и дождливого июня 2017 г. У «Петровича» есть два дистанционных канала продаж – круглосуточный колл-центр и сайт, на них приходится около 70% продаж, примерно по 35% на каждый, говорил Мовчан в интервью «Ведомостям» в апреле. По его словам, в Москве доля продаж через сайт гораздо больше, чем в Петербурге, и она очень быстро растет.

Гендиректор онлайн-ритейлера Ozon Дэнни Перекальски говорит, что данные «Яндекс.Маркета» выглядят разумными. По его словам, продажи Ozon в Петербурге в I квартале 2017 г. выросли на 32% по сравнению с 2016 г., по СЗФО – на 15%, во II квартале рост ускорился – и в Петербурге, и в целом по СЗФО продажи выросли на 50%. Быстрее всего растут продажи электроники, детских товаров, косметики, еды, товаров для животных. Количество покупателей увеличивается благодаря расширению ассортимента, улучшению доставки, улучшению мобильной версии сайта и приложений, говорит Перекальски.

Продажи одежды в интернете действительно растут, потому что люди ищут в интернете более дешевые вещи, но в основном одежда покупается в китайских и европейских интернет-магазинах (Otto, ASOS, AliExpress), российские ритейлеры занимают нишевое положение, говорит менеджер одного из одежных онлайн-ритейлеров.

По данным Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ), российский рынок интернет-торговли в 2016 г. составил 920 млрд

руб. (рост по сравнению с 2015 г. – 21%), на Петербург и Ленобласть приходится 10,6%. По прогнозу АКИТ, в 2017 г. российский рынок может вырасти до 1,15 млрд руб.

В 2017 г. петербургский рынок вырастет примерно на 20%, прежде всего за счет трансграничной торговли, на которую в 2016 г. приходилось около 40% интернет-продаж, прогнозирует директор по развитию исследовательской группы Step by Step Елена Пономарева. В 2016 г. интернет-торговля в общем объеме розницы занимала 5,7%, в 2017 г. ее доля вырастет до 6,7%, считает она. Развитию интернет-торговли мешают сохраняющиеся у россиян недоверие к предоплатным онлайн-платежам и неуверенность в качестве товаров, которые они получают, считает она. Но в ближайшие годы за счет молодого поколения, «живущего» в интернете и оказывающего влияние на родных, и уже накопившегося у населения позитивного опыта онлайн-покупок эта тенденция будет сломлена, уверена Пономарева.