

УДК 378
ББК 74.58
S81

Редакционная коллегия

Шакирова С.М. - к.ф.н., и. о. директора Управления по науке
Сапарғалиев Д.Б. – PhD, зам. директора Управления по науке
Никифорова Н.В. - д.э.н., профессор, декан послевузовского образования

Все статьи прошли проверку в системах Антиплагиат.ВУЗ - на русском языке, Turnitin.com - на английском языке, Advego Plagiatus v.1.2.093 – на казахском языке. Уникальность текстов не ниже 75%.

i – START. Предпринимательство: энергия молодых.

Материалы международной научно-практической конференции студентов и магистрантов 16-17 апреля 2015 г.- Алматы, Алматы Менеджмент Университет, 2015 – 320 с.

ISBN: 978-601-7021-36-8

УДК 378
ББК 74.58
S81

ISBN: 978-601-7021-36-8

СТИМУЛИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В КАЗАХСТАНЕ

2014 год стал для Казахстана четвертым годом ощутимого роста электронной коммерции, а также юбилейным 20-м годом существования Казахстанского Интернета. К этому моменту в домене.kz зарегистрировано более 115 000 доменных имен [1], а количество Интернет-магазинов и сервисов превысило отметку в 500 сайтов. Общепринятой отметкой проникновения Интернета в стране, необходимой для взрыва электронной коммерции, является показатель, равный 20%. Казахстан преодолел эту критическую линию в 2010 году, когда число активных пользователей сети Интернет превысило 3,2 миллиона человек [2]. С тех пор стал наблюдаться гиперактивный рост данной отрасли, и уже в 2013 году объем рынка электронной коммерции в Казахстане составлял \$600 млн. [3]. Итоги же 2014 года характеризуются показателем в \$700 млн. Доля онлайн-ритейла в общем объеме рынка составляет около 1% [4]. Значительной особенностью казахстанского рынка является приверженность активных Интернет-покупателей зарубежным электронным магазинам. Доля же отечественных Интернет-площадок не превышает даже 10% от общего объема покупок. Такая тенденция отрицательно сказывается на поступлениях налоговых, а также таможенных выплат в отечественный бюджет [5].

Для решения этой и других проблем, сопровождающих развитие электронной коммерции в Казахстане, осенью 2013 года была создана Ассоциация Казахстанского Интернет Бизнеса и Мобильной коммерции (АКИБ), насчитывающая в настоящее время более 50 участников, среди которых- крупнейшие Интернет-магазины и сервисы страны [6]. В данной статье рассказывается об одной из многочисленных инициатив, принятых данной организацией в целях стимулирования развития электронной коммерции в Казахстане.

Основным препятствием для перехода покупателей из офлайн-магазинов в электронные торговые точки, является страх совершения первой покупки. Опасение потребителя быть обманутым, совершив платеж в сети Интернет, сдерживает развитие электронной торговли. По статистике человек начинает покупать в сети после 2-3 лет пользования Интернетом [6]. Через подобный этап прошли самые крупные E-commerce экономики мира, и основным методом привлечения новых клиентов в сеть Интернет стали массовые акции. В связи с этим проект, возникший в Америке в далеком 2005 году и получивший название «Кибер-понедельник» (Cybermonday), стал логическим продолжением традиционной для этой страны «Черной пятницы» (BlackFriday) – дня, дающего старт сезону грандиозных распродаж. Получив возможность продолжить покупки товаров со скидкой, не выходя из офиса, покупатели дали огромный толчок развитию электронной коммерции в стране. По данным Национальной федерации розничной торговли США, в 2006 году «Кибер-понедельник» был на 26% более результативным, чем в 2005, и принёс онлайн-торговле \$485 млн дохода, став рекордным в истории электронной коммерции. За это время «Киберпонедельники» прижились в таких лидерах Интернет-торговли, как многие страны Европейского Союза, Австралии, Японии, Индии, Новой Зеландии, Канады, Чили и Колумбии [6]. Данному примеру последовали и российские предприниматели, которые, впервые проведя одноименную акцию в январе 2013 года, получили ошеломительные результаты- обороты отдельных Интернет-магазинов в этот день превысили показатели среднего понедельника в несколько раз, а общий оборот составил 352 миллиона рублей [7].

Являясь проектным и PR-менеджером АКИБ, автор настоящей статьи принял непосредственное участие в подготовке и проведении аналогичной акции в Казахстане. Стараясь максимально приблизить данный проект к менталитету населения страны, организаторы дали ему название «КиберЖұма» (КиберПятница). Официальный сайт- cyberzhuma.kz.

Основными целями проекта стали:

1. Устранение барьера «первой покупки»- привлечение к площадкам Интернет-торговли максимального числа потребителей, никогда прежде не покупавших в сети Интернет.
2. Повышение качества сервисов электронной торговли в Казахстане
3. Привлечение внимания потребителей к отечественным Интернет-магазинам
4. Создание культуры покупок в сети Интернет и повышение потребительского доверия к данному направлению ритейла.

Первая КиберЖұма была реализована 22 ноября 2013 года. В акции приняли участие 33 Интернет-магазина и сервиса, среди которых были самые крупные игроки рынка. Все участники предоставляли в этот день своим посетителям возможность приобрести товары со скидками, доходившими до 90%.

Итоги впервые проведенной акции превзошли все ожидания участников и организаторов. Посещаемость Интернет-магазинов и сервисов выросла в эту пятницу более, чем в 3 раза. В первые секунды продаж серверы 4-х Интернет-магазинов «упали», будучи нерассчитанными на такой большой трафик посетителей [8]. Продажи Интернет-магазинов и сервисов в день акции продемонстрировали рост от 70 до 1100%. Ряд магазинов продлили акцию, чтобы сохранить эффект массового спроса, спровоцированного КиберПятницей. При этом две трети покупок в Интернет-магазинах сделали новые покупатели, ранее не покупавшие в этих магазинах. Доля покупок новых клиентов превысила 60%. Это показатель особенно важен, так как одной из

главных целей КиберЖұмы является содействие переходу казахстанцев к совершению покупок в сети Интернет. Что еще более важно – размер средней корзины новых покупателей в среднем на 30-40% превысил корзину постоянных клиентов Интернет-магазинов [9]. Один из магазинов впервые в истории электронной коммерции Казахстана сделал более 3 000 доставок в день. Количество магазинов, принявших участие во второй акции достигло 45 единиц (в первой 33), общая посещаемость выросла на 304%, а сумма самого большого чека составила 2,9 млн. тенге (в первой - 1,1 млн. тенге). Средняя сумма чека составила 17 048 тенге, что на 40% выше показателя в другие дни [9].

Третья акция КиберЖұма была проведена 7 ноября 2014 года и продемонстрировала еще более впечатляющие результаты. Продажи в Avon.kz выросли в 5,5 раз, компания Coffeone.kz увеличила продажи в 9 раз, а Интернет-магазин итальянской обуви Bottegaitaliana.kz и вовсе стал рекордсменом акции, превзойдя показатели обычной пятницы в 26 раз, их посещаемость выросла в 6 раз, число регистраций клиентов – в 17 раз, все покупки в этот день были сделаны новыми клиентами, максимальная сумма чека составила 212 000 тенге, а средняя сумма чека – 58 000 тенге. В день распродажи на Satu.kz было осуществлено рекордное количество заказов – 907. Это на 67% больше, чем обычно. А продажи компаний торгового центра выросли в 2 раза по сравнению с результатами обычной недели. Суммарный оборот на Satu.kz превысил 16,5 млн. тенге [10].

Результаты прошедших акций КиберЖұма подтверждают эффективность реализуемых АКИБ инициатив и дают основания полагать, что ставший уже традиционным день весенних и осенних распродаж с каждым разом будет привлекать все большее число клиентов, что положительно скажется на развитии отечественной электронной коммерции в целом.

Источники:

1. Информационный портал Profit.kz. Статья от 23.09.2014 г. <http://profit.kz/news/18825/Kaznetday-20-let-kazahstanskomu-internetu/>
2. Информационный портал Profit.kz. Статья от 19.10.2011 г. <http://profit.kz/articles/1703/Konstantin-Gorozhankin-CNP-Processing-internet-transformiruet-biznes/>
3. Информационный портал Forbes.kz. статья –январь 2014 г. http://forbes.kz/process/technologies/prodat_elektronno
4. Исследовательское агентство J'son & Partners. Публикация от 08.09.2014 г. http://json.tv/ict_telecom_analytics_view/rynok-elektronnoy-kommertsii-respubliki-kazahstan-2014090802520069.
5. Информационный портал Bnews.kz. Публикация от 19.09.2014 г. <http://bnews.kz/ru/news/post/229256/>
6. Внутренние данные АКИБ <http://akib.kz/history>
7. Официальный сайт «Киберпонеделник» <http://cmonday.ru/about-us/>
8. Внутренние данные АКИБ
9. Официальный блог АКИБ. Автор- Торгунакова В. <http://akib.yvision.kz/post/436711>
10. Информационный портал Headline.kz Публикация от 14.11.2014 г. http://news.headline.kz/economics/kiberzhuma_prokladivaet_put_commerce.html