

МОБИЛЬНАЯ КОММЕРЦИЯ: ПРОШЛОЕ, НАСТОЯЩЕЕ, БУДУЩЕЕ

Т. В. Васильева

*Северо-Западный институт управления
ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства
и государственной службы при Президенте Российской
Федерации», г. Санкт-Петербург*

Рецензент д-р экон. наук, профессор А. Е. Викуленко

Ключевые слова и фразы: интернет-компании; интернет-технологии; интернет-экономика; мобильная коммерция; мобильная торговля; мобильные телефоны; смартфоны.

Аннотация: Проведен анализ развития мобильной коммерции в России и мире, рассмотрена сущность, выявлены тенденции и определены перспективы развития мобильной коммерции как одного из направлений интернет-экономики.

Мобильная коммерция (M-Commerce, mCommerce), наряду с интернет-коммерцией, выступает одним из направлений электронной коммерции [1, с. 22]. С появлением интернет-коммерции стало возможным совершить покупку, принять участие в аукционе, не отходя от компьютера, подключенного к Интернету. Мобильная коммерция делает пользователя еще более независимым, свободным, не привязанным к стационарным устройствам, предоставляя все те же возможности при наличии мобильного телефона или карманного персонального компьютера. Активное развитие мобильная коммерция получила вследствие стремительного развития мобильных телекоммуникационных устройств. Предпосылкой к появлению мобильной коммерции послужило совершенствование технических стандартов бытовой радиочастотной связи, в результате чего владелец сотового телефона получил те же возможности, что и пользователь компьютера. Таким образом, программно-аппаратное обеспечение современных мобильных устройств достигло такого уровня развития, что позволило производить финансовые операции.

Васильева Татьяна Владимировна – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Мировая и национальная экономика», e-mail: maksyanova@mail.ru, Северо-Западный институт управления, ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», г. Санкт-Петербург.

Сущность мобильной коммерции. Согласно определению Lehman Brothers [2], мобильная коммерция – использование мобильных портативных устройств для общения, развлечения, получения и передачи информации, совершения транзакций через общественные и частные сети.

В исследовании компании Data Insight [3, с. 3] приводятся два определения мобильной коммерции:

– любая торговая транзакция, инициированная или совершенная посредством мобильного телефона;

– торговые транзакции, оплата которых была совершена со счета сотового оператора либо со счета банка, привязанного к мобильному телефону.

В литературе встречаются понятия «мобильная торговля», «мобильные продажи». Рассмотрим данные понятия как синонимы мобильной коммерции.

Таким образом, мобильная коммерция (мобильная торговля) представляет собой коммерческие операции, осуществляемые с использованием мобильных электронных устройств. Процесс осуществляется с помощью карманных компьютеров или smart-фонов через удаленное (Интернет, GPRS и т.д.) соединение. Для того чтобы осуществить покупку с помощью средств мобильной коммерции, необходимо иметь мобильный телефон, смартфон или карманный компьютер.

Предпосылки развития мобильной коммерции. 1. *Появление ноутбуков.* Предпосылки мобильной коммерции появились с 1985 г., что связано с началом развития индустрии ноутбуков.

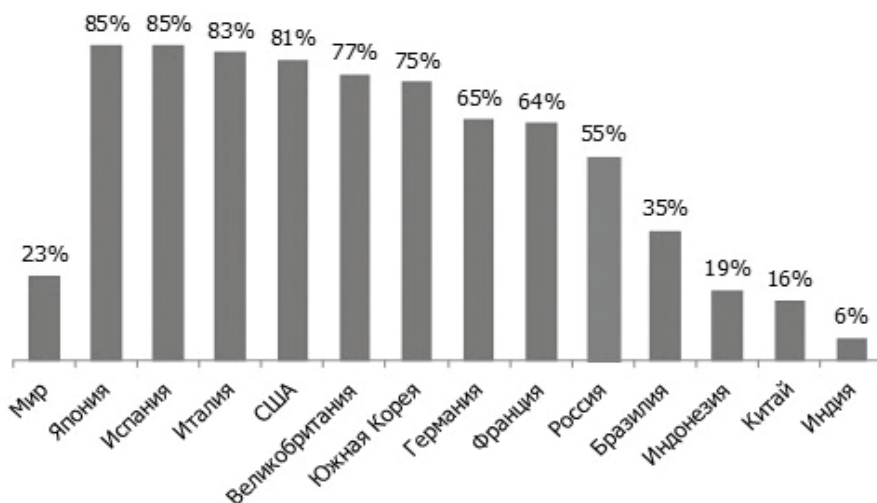
2. *Взрывной рост числа мобильных телефонов.* Экстенсивный рост за счет развивающихся стран, в первую очередь Индии и Китая, и замещение обычных телефонов смартфонами в развитых странах.

3. *Улучшение инфраструктуры мобильных сетей.* Удешевление безлимитных планов, повышение скорости соединения в развитых странах, а в развивающихся странах мобильный интернет зачастую становится единственной возможностью доступа к сети.

4. *Развитие интерфейсов.* С появлением iPad их обладатели чаще используют мобильные устройства в повседневной жизни. Интернетом пользуются на iPad примерно в 2 раза больше, чем с iPhone, и в 5 раз больше, чем с Symbian.

В целом начало развития мобильной коммерции относят к 1997 г., когда на улицах Хельсинки, столицы Финляндии, были установлены два автомата компании Coca-Cola по продаже напитков с помощью SMS-сервиса. В России начало развития мобильной коммерции относят к 2003 г., когда у российского оператора «Билайн» появились услуги SMS-информирования.

Мировой рынок мобильной коммерции. На мобильные телефоны приходится почти пятая часть глобального использования Интернета. Смартфоны постепенно становятся естественным источником доступа в Интернет во многих странах. Согласно исследованию Pew Research Center, 95 % американских подростков являются пользователями Интернета, причем каждый четвертый из них заходит в Сеть в основном с мобильного устройства.



Проникновение мобильного интернет-доступа в России и других странах (% , 2012 г.) [4]

Объем мирового рынка мобильных платежей составляет сейчас 172 млрд долларов, причем одна треть жителей США оплачивают покупки через сотовый телефон. По прогнозам исследовательской компании Gartner, к 2016 г. мировой объем рынка может увеличиться до 600 млрд долларов [5].

Отметим, что за 2012 г. число просмотров интернет-страниц с мобильных устройств выросло в среднем по миру с 11,1 до 17,4 %, согласно statista.com. А по данным J'son & Partners, в России проникновение мобильного Интернета выше общемировых показателей почти в 2 раза (см. рисунок).

Быстрее всего, по данным statista.com, число мобильных посещений растет в Африке и Азии. В июле 2012 г. с мобильного телефона в Африке заходили на 11,3 % всех просмотренных страниц, а в июле 2013 г. – уже на 23,7 %. В Азии данный показатель в 2012 г. составлял 18,8 %, а в 2013 г. уже 26,6 %.

Рост мобильной коммерции в России неразрывно связан с ростом мобильного Интернета. Аудитория мобильного Интернета в крупных городах России, по итогам 2012 г., выросла на 35 % и составила 16,7 млн человек – почти 27 % всего населения этих городов. Большинство пользователей мобильного Интернета в России (49 %) выходят в Сеть с помощью смартфонов.

Мировые тенденции и перспективы мобильной коммерции.

1. *Мобильные мессенджеры становятся серьезными конкурентами социальным сетям, вытесняя последние.* В Японии и Южной Корее, по данным сингапурского агентства We are social, мобильные мессенджеры (Line, Какао Talk) стали более популярны среди пользователей, чем социальные сети. В Китае мессенджер WeChat приближается к отметке в 400 млн зарегистрированных пользователей, становясь серьезным конкурентом местным лидерам Sina Weibo и Ozone.

2. *Европеизация удаленных континентов.* 80 % мобильных транзакций в мире приходится на страны Восточной Африки. В Кении через мобильные платежи проходит 40 % ВВП страны. В Африке больше людей владеет сотовым телефоном, чем имеет доступ к электрическим сетям. Африку можно назвать самым удаленным от европейской цивилизации континентом с точки зрения проникновения современных технологий и гаджетов, и прежде всего, средств массовой коммуникации. Многие африканские страны настолько оторваны от мира, что их жители даже не знают, что такое мобильный телефон или Интернет.

Речь не идет о полном отсутствии Интернета в Африке. Связь с Европой есть: в 2010 г. был проложен подводный кабель, который соединил эти два континента. Но если смотреть на цифры, показывающие число пользователей Интернета – а они составляют 13 человек на сотню жителей – то можно понять, что на самом деле из всех континентов меньшее количество пользователей можно найти только в Антарктиде [6]. В масштабах всей планеты это число составляет менее одного процента от общего населения Земли, в то время как в Африке живет 10 % всех жителей нашей планеты. И если в некоторых странах, например в ЮАР, насчитывается около миллиона постоянных пользователей интернета, то в других, например в Конго, о таком достижении цивилизации практически не знают.

3. *Формирование нового канала коммуникации.* По прогнозам, к 2020 г. мобильные устройства станут для розничных магазинов главным каналом коммуникации с покупателями, обогнав веб-сайты, колл-центры и адресную почтовую рассылку. В настоящее время мобильные технологии для коммуникации с покупателями используют только 36 % респондентов [7, с. 4]. Интересно отметить, что получая письма от интернет-магазинов B2C, 20 % владельцев мобильных устройств переходят по предложенной им ссылке, согласно исследованию компании Yesmail [8].

4. *Формирование нового способа оплаты товаров и услуг.* В 2011 году объем мобильных платежей по всему миру составил 105,9 млрд долларов, а число абонентов, оплачивающих товары и услуги таким способом, составляло 160,5 млн человек. К 2016 году, по прогнозам [7], соответствующие показатели увеличатся до 617 млрд долларов и 448 млн человек соответственно. Генеральный директор «Мегафон Ритейл» Михаил Золотовицкий считает, что платежи, осуществляемые посредством пластиковых карт, будут неактуальны уже через пять лет, на смену картам придут мобильные платежи. В 2012 году в Восточной Европе мобильными платежами пользовались 3,8 млн человек, а к 2016 г. их количество возрастет до 12,4 млн человек [7].

5. *Драйвер роста интернет-коммерции.* Популяризация мобильных устройств стимулирует развитие интернет-коммерции, предлагая удобный канал для покупок, при котором нет необходимости в электронном кошельке. Даже если мобильные устройства используются не для покупок, а просто для интернет-серфинга и сбора информации (с мобильных устройств открывают 49 % всех рекламных писем [8]), они все равно рано или поздно приводят пользователя или в интернет-магазин, или в его представительство в оффлайне.

6. *Мобильный телефон из устройства для связи становится устройством повседневного интернет-потребления.* 350 миллионов пользователей Facebook входят в сеть с помощью мобильного доступа. При этом данные пользователи в два раза активнее, чем обычные [3, с. 3]. По данным Comscore в декабре 2010 г. порядка 47 % американских мобильных пользователей пользовались интернетом со своего устройства (выходили в Сеть, использовали приложения, скачивали контент) – на 7,6 % больше, чем в 2009 г.

7. *Российский рынок интернет-коммерции находится на стадии активного роста.* Рынок переживает стадию бурного роста и, по оценкам J'son & Partners, фаза активного роста продлится на протяжении 2012 – 2017 гг. Характерными особенностями данной стадии выступают: развитие онлайн-кредитования, многоканальности и взаимного проникновения онлайн и офлайн, рост спроса на товары в зарубежных интернет-магазинах.

8. *Рост мобильного трафика во всем мире.* Чем больше мобильный трафик, тем больше крупных ритейлеров обращают внимание на мобильную коммерцию, тем больше появляется мобильных версий сайтов и мобильных приложений, увеличивается конверсия, растет объем продаж. Во многом этому также способствуют и социальные сети, которые ускоряют рост и качество использования мобильных платформ. При этом зачастую с мобильного телефона пользователи проводят в социальной сети больше времени, чем с персонального компьютера.

По данным The International Telecommunication порядка 90 % населения планеты живет в регионах, где возможен доступ к мобильным сетям [3, с. 13] (таблица). По прогнозам Morgan Stanley [3, с. 14] к 2014 г. число пользователей мобильного интернета превзойдет тех, кто пользуется доступом в Интернет с персональных компьютеров.

9. *Рост пользователей планшетов.* В ближайшем будущем планшеты будут отвоевывать рынок в первую очередь у персональных компьютеров, что подтверждается данными исследования компании Nielsen: порядка 30 % обладателей персональных компьютеров стали пользоваться им реже из-за планшетов [3, с. 3]. Планшеты появились в 2010 г., сформировав новую нишу в компьютерной индустрии. IHS iSupply прогнозирует 14-кратный рост продаж планшетов в течение 5 лет с 17 млн устройств в 2010 г. до 242 в 2015 г. Именно с планшетов сейчас осуществляется большая

**Доля людей, пользующихся только мобильным Интернетом,
On Device Research, декабрь 2010**

Страна	Доля пользователей mobile-only, %	Страна	Доля пользователей mobile-only, %
Египет	70	Индонезия	44
Индия	59	Тайланд	32
ЮАР	57	Китай	30
Гана	55	США	25
Кения	54	Великобритания	22
Нигерия	50	Россия	19

часть покупок. По прогнозу eMarketer [9], в 2013 г. пользователи планшетов обеспечат 62,5 % оборота мобильной коммерции в США, совершив покупок на сумму 26,05 млрд долларов (в 2012 г. этот показатель составлял 56,2 %).

На транзакции со смартфонов в 2013 г. придется 35 % всех мобильных продаж – около 14,6 млрд долларов. И несмотря на то что абсолютные показатели продаж со смартфонов будут расти вплоть до 2017 г., как минимум (ожидается до 30,66 млрд долларов), их доля в общей сумме мобильной коммерции будет падать, уступая планшетам.

Таким образом, мобильный телефон остается самым массовым устройством на планете (при соотношении 7:2 с персональными компьютерами). При этом стоит отметить, что для многих пользователей (особенно в развивающихся странах) мобильный телефон уже сейчас становится единственным каналом доступа к Сети. По прогнозам, к 2015 г. объем мобильного трафика вырастет в 26 раз и средняя скорость передачи данных в мобильных сетях увеличится десятикратно – с 215 кбит/с до 2,2 Мбит/с. При этом в мире будет насчитываться до 7,1 млрд портативных персональных устройств с веб-доступом, то есть примерно по одному на каждого жителя планеты [10]. Таким образом Интернет из стандарта больших компьютерных мониторов, к 2015 г. переместится в формат мобильных смартфонов и планшетов. Главная особенность российского мобильного Интернета заключается в гораздо меньшем количестве смартфонов, чем на западном рынке. Мобильная коммерция в России только зарождается, поэтому важно сейчас понять всю важность этого нового канала продаж для развития российского бизнеса.

Список литературы

1. Васильева, Т. В. Организация и оценка эффективности предпринимательской деятельности в сфере интернет-коммерции / Т. В. Васильева. – СПб. : Изд-во ИМЦ «НВШ-СПб», 2007. – 272 с.

2. Наталья Макаревич. Мобильная коммерция // e-commerce.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.e-commerce.ru/biz_tech/implementation/mcommerce/preamble.html (дата обращения: 30.08.2014).

3. Исследование Data Insight. Мобильная коммерция : Маленький экран захватывает большой мир [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.datainsight.ru/files/mobile_ecommerce.pdf (дата обращения: 30.08.2014).

4. Informa, ITU, J'son & Partners Consulting: российский рынок мобильного интернет-доступа [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ict-online.ru/news/n91893/> (дата обращения: 30.08.2014).

5. Ковылянская, А. Пустые карманы или оплата без наличности / А. Ковылянская // Интернет в цифрах. – 2013. – № 4(12). – С. 20 – 23.

6. Интернет в Африке // ru.worldstat.info [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ru.worldstat.info/Africa/Internet_users (дата обращения: 30.08.2014).

7. Казарян, К. Цифры / К. Казарян // Интернет в цифрах. – 2012. – № 4(12). – С. 4.

8. Половину всех рассылок читают на мобильных [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://oborot.ru/news/13185/6> (дата обращения: 30.08.2014).

9. M-commerce идет в рост [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://oborot.ru/news/13193/23> (дата обращения: 30.08.2014).

10. Мобильная коммерция наступает! [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://mobile-marketing-tmp.blogspot.ru/2011/12/blog-post.html#more> (дата обращения: 30.08.2014).

References

1. Vasil'eva T.V. *Organizatsiya i otsenka effektivnosti predprinimatel'skoi deyatel'nosti v sfere internet-kommertsii* (Organization and evaluation of entrepreneurial activity in the field of e-commerce), St. Petersburg: Izdatel'stvo IMTs «NVSh-SPb», 2007, 272 p.
2. Makarevich N., available at: http://www.e-commerce.ru/biz_tech/implementation/mcommerce/preamble.html (assecced 30 August 2014).
3. Data Insight, available at: http://www.datainsight.ru/files/mobile_ecommerce.pdf (assecced 30 August 2014).
4. <http://ict-online.ru/news/n91893/> (assecced 30 August 2014).
5. Kovylyanskaya A. *Internet v tsifrakh* (Internet in numbers), 2013, no. 4(12), pp. 20-23.
6. http://ru.worldstat.info/Africa/Internet_users (assecced 30 August 2014).
7. Kazaryan K. *Internet v tsifrakh*, 2012, no. 4(12), p. 4.
8. <http://oborot.ru/news/13185/6> (assecced 30 August 2014).
9. <http://oborot.ru/news/13193/23> (assecced 30 August 2014).
10. <http://mobile-marketing-tmp.blogspot.ru/2011/12/blog-post.html#more> (assecced 30 August 2014).

Mobile Commerce: Past, Present, Future

T. V. Vasilyeva

*North-Western Institute of Management
Russian Academy of National Economy and Public
Administration under the President of the Russian Federation,
St. Petersburg*

Key words and phrases: Internet companies; Internet economy; Internet technologies; mobile commerce; mobile phones; smart phones.

Abstract: The article analyzes the development of mobile commerce in Russia and in the world, its essence, trends, and prospects for the development of mobile commerce as one of the areas of the Internet economy.

© Т. В. Васильева, 2014

Статья поступила в редакцию 10.03.2014 г.