

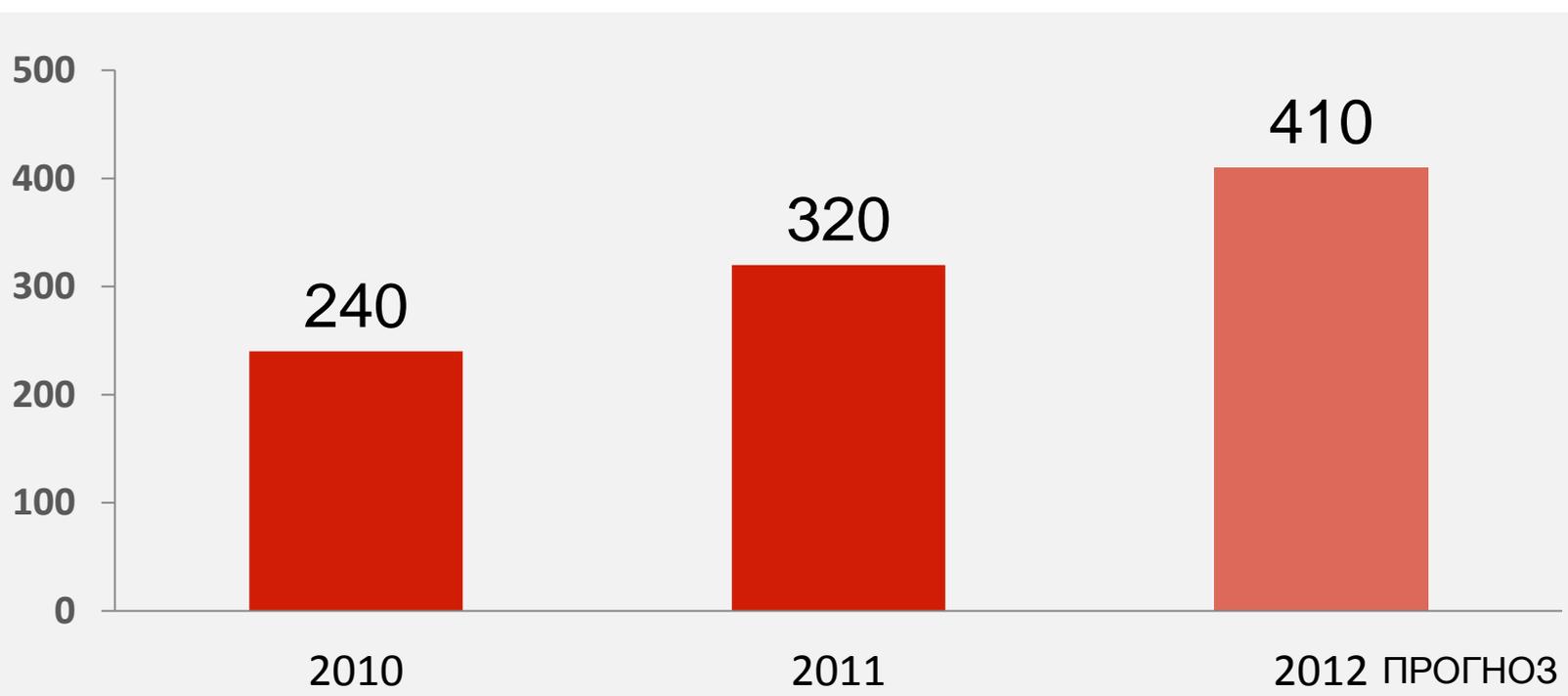
Российский рынок e-commerce: где потолок?

Data Insight

ЭТ-2012

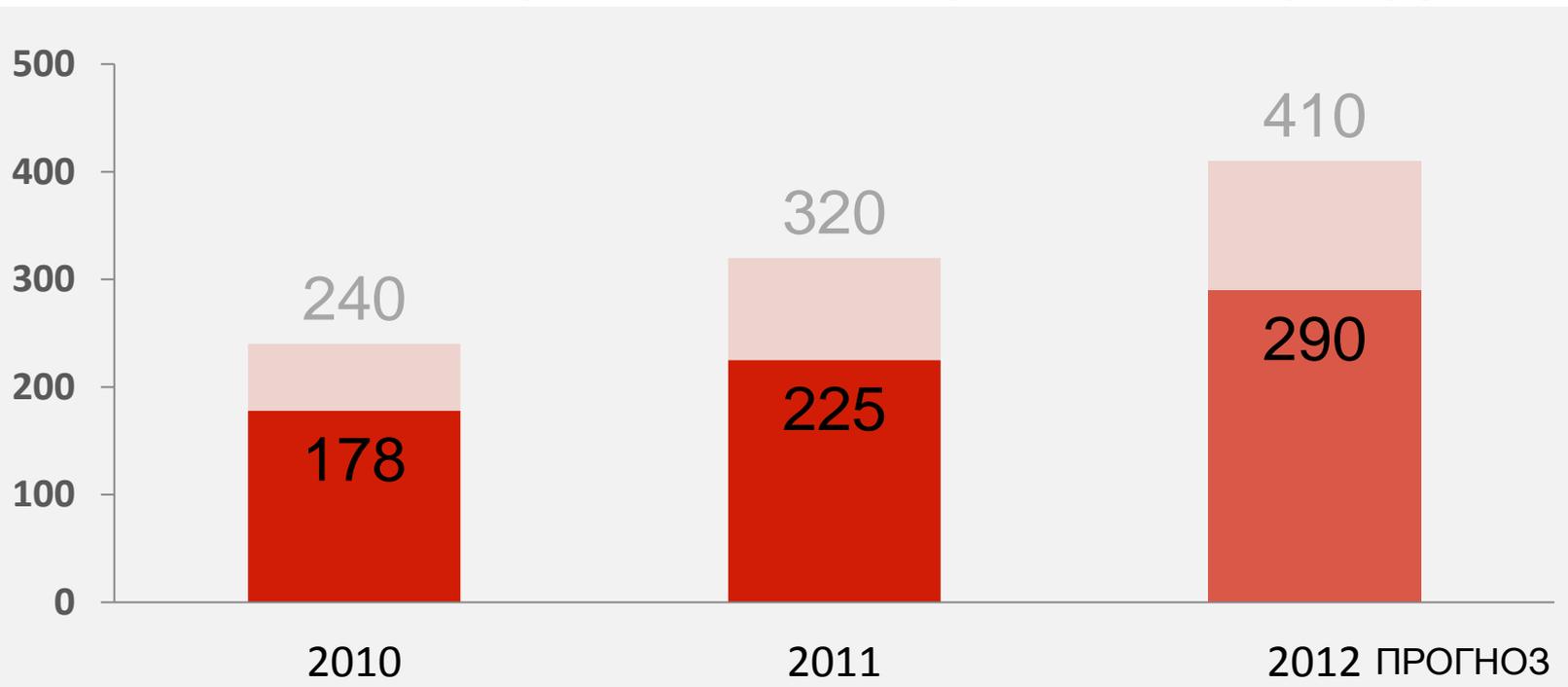
Объем рынка

Российский рынок e-commerce: **320** млрд. рублей
(~\$10 млрд.)



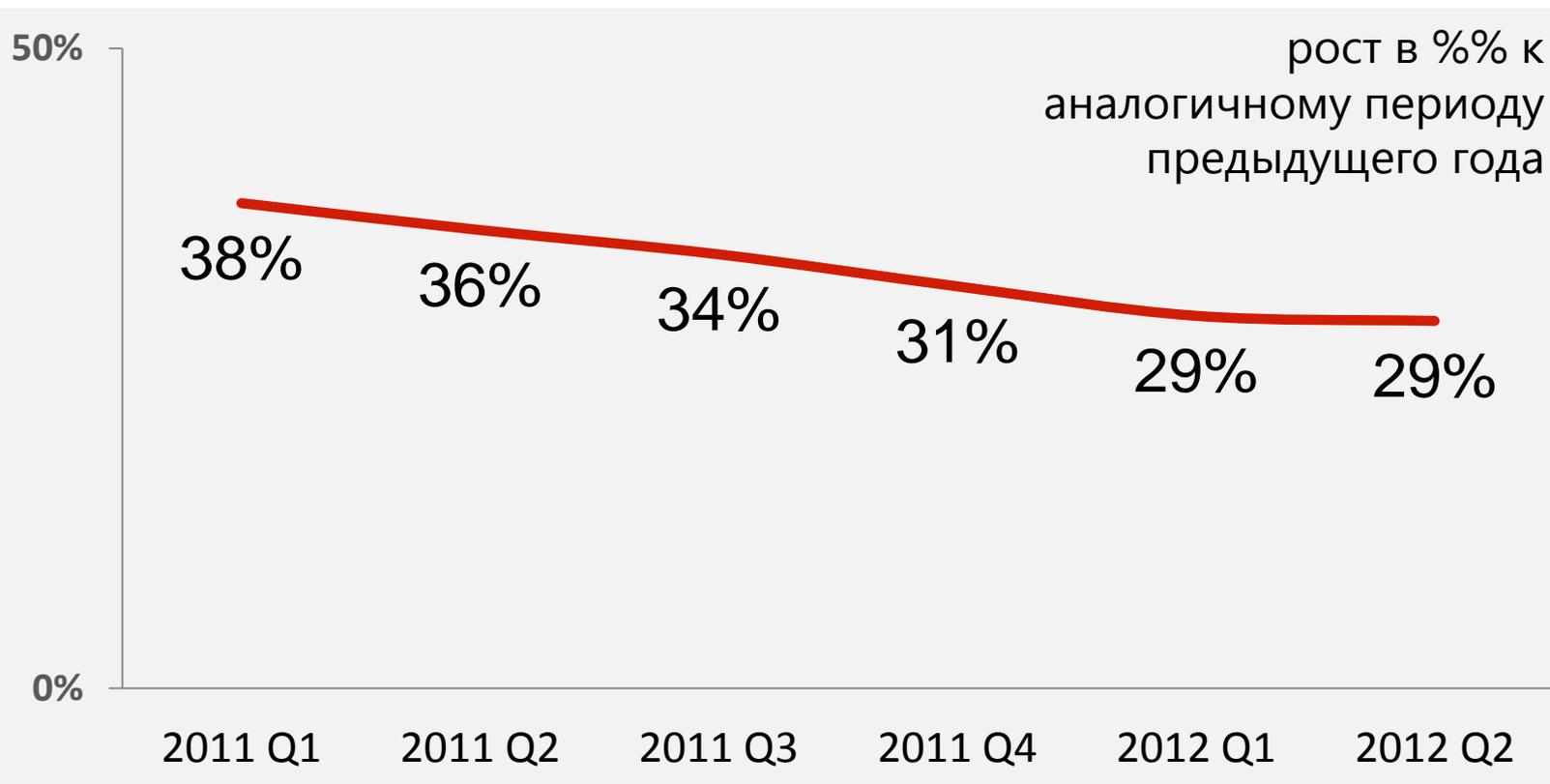
Объем рынка

Российский рынок e-commerce: **320** млрд. рублей
(~\$10 млрд.)
из них материальные товары: **225** млрд. рублей



Медленное торможение

Темпы роста понемногу снижаются каждый квартал



Оценки Data Insight на основе данных о посещаемости интернет-магазинов и динамики поискового спроса

ТЕОРИЯ. ФАКТОРЫ РОСТА И ИХ ПРЕДЕЛЫ

Источники роста

Драйверы рынка в 2011-2012 (в порядке убывания значимости)

1. Рост доли покупающих в онлайн среди ранее подключившихся к Интернету
2. Рост количества пользователей Интернета
3. Диверсификация онлайн-покупок

А также:

- Рост среднего чека внутри отдельных товарных категорий
- Рост частоты покупок внутри отдельных товарных категорий

Рост аудитории

Второй по значимости фактор роста –
увеличение количества интернет-пользователей
– перестает работать



Источник: ФОМ, весна 2012

Новые пользователи Интернета

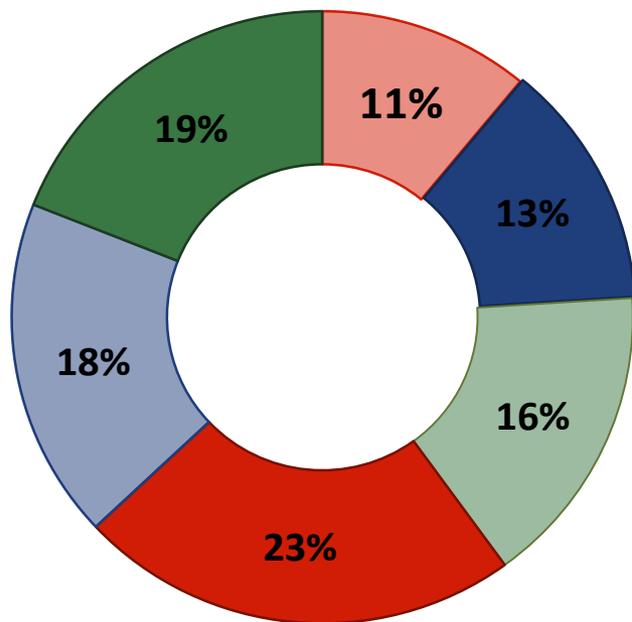
Интернет-аудитория прирастает в основном за счет тех, кто менее восприимчив к новациям:

- Жители малых городов и сел
Рост аудитории в городах 100.000 только +8% за год, а за пределами крупных и средних городов – +20% (TNS, ФОМ, 04.2012)
- Люди старше 40 лет
53% новых пользователей Интернета (18+) старше 40 лет, в т.ч. каждый третий старше 50 (МАСМИ, весна 2012)
- Люди с доходами средними и ниже среднего
В Москве и Петербурге (с областями) средний доход «интернет-новичков» на 45% ниже, чем у пользователей с онлайн-стажем более 7 лет (Vojole, 04.2011). Аналогичная картина в регионах

Инкубационный период

В качестве напоминания - график из презентации на ЭТ-2011: даже в столицах 60% из тех, кто ныне покупает в онлайн, понадобилось более 3 лет с момента появления у них доступа в Интернет, чтобы начать пользоваться интернет-магазинами

Период пользования Интернетом, через который люди становятся онлайн-покупателями

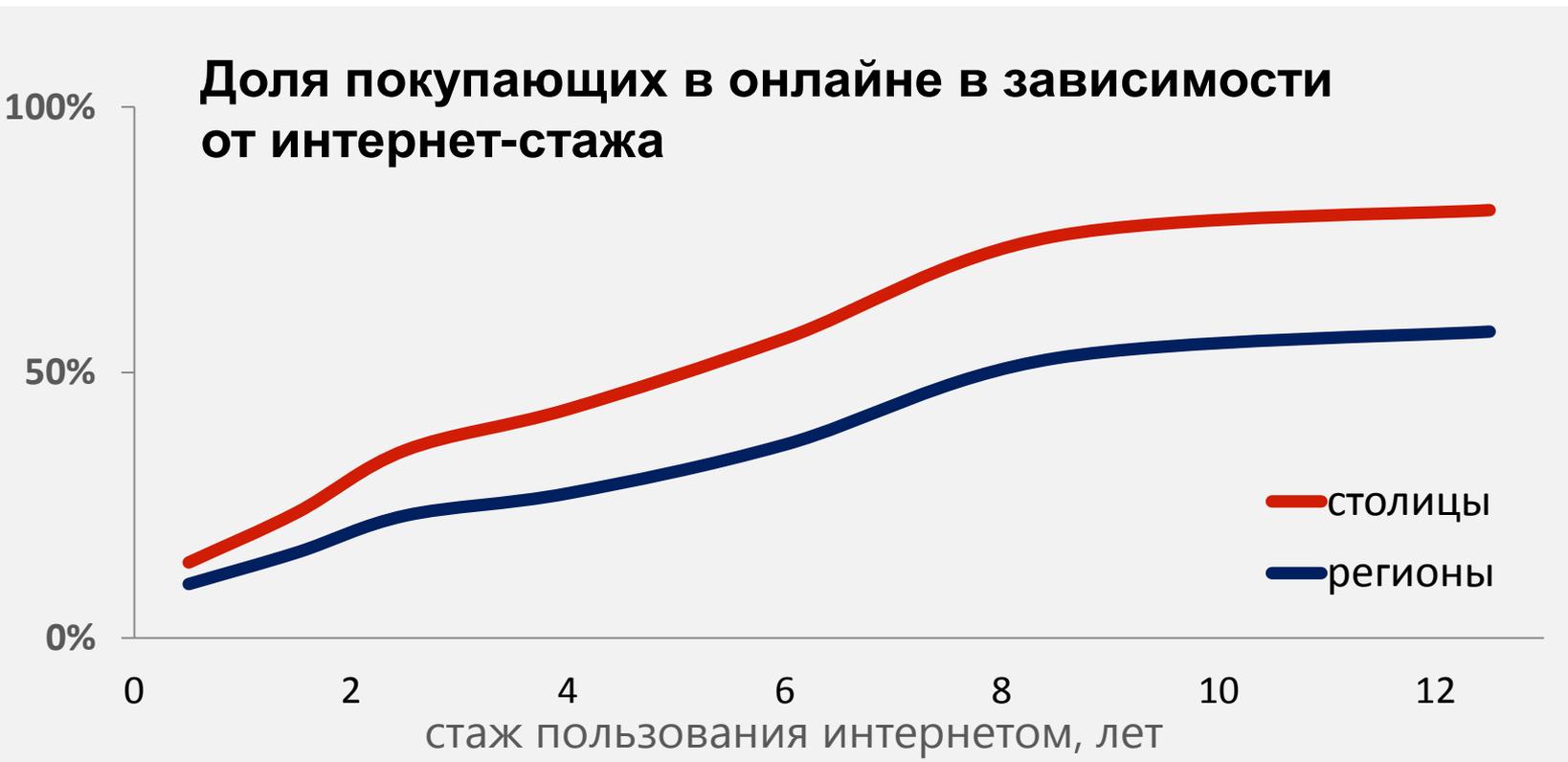


- 0—1 год
- 1—2 года
- 2—3 года
- 3—5 лет
- 5—7 лет
- больше 7 лет

Источник: Vojoie Research, весна 2011

Потолок адаптации e-commerce

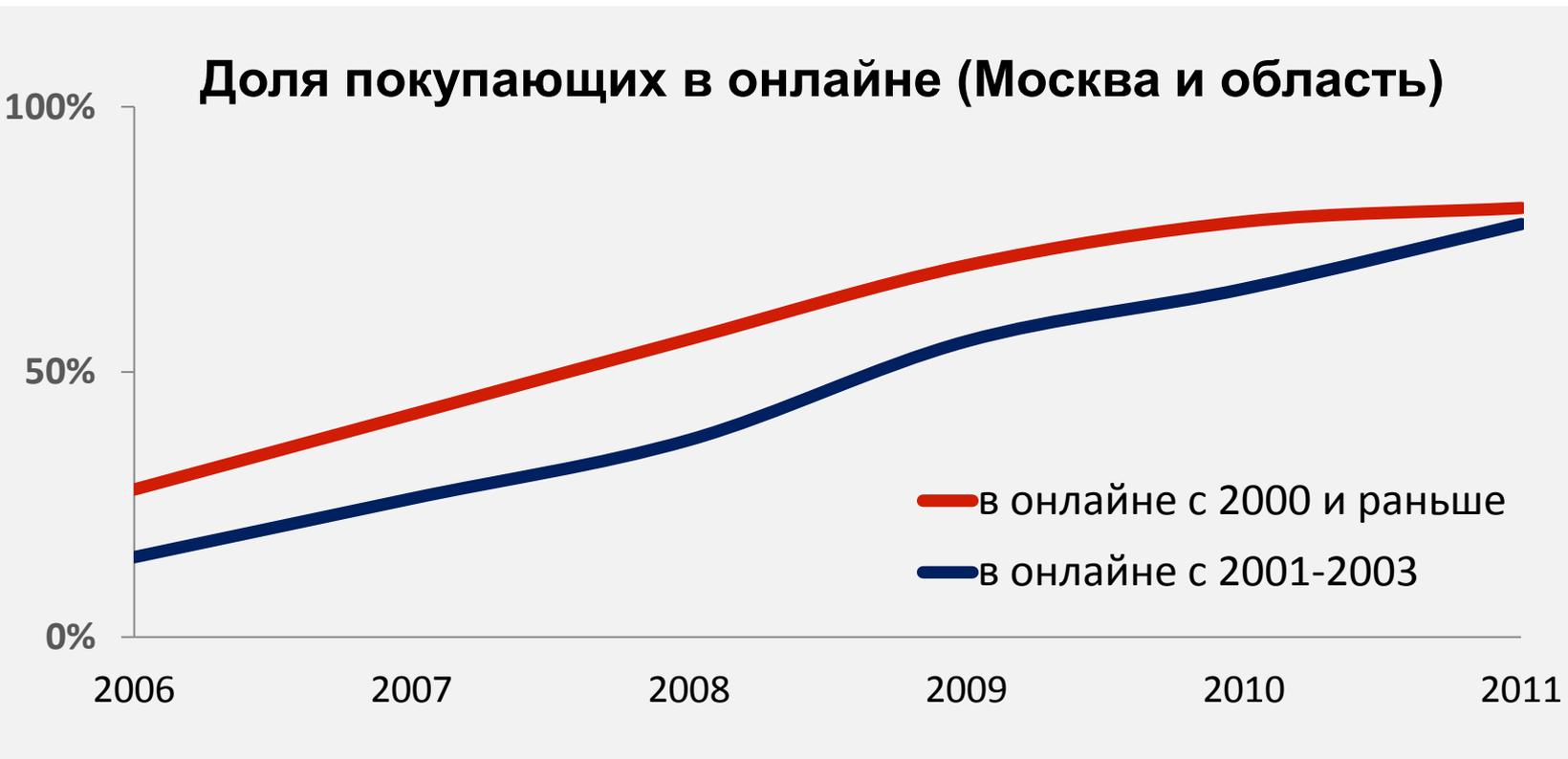
Если человек не начал покупать в онлайн за первые ~ 7 лет, он вряд ли начнет покупать потом



Агрегированные оценки Data Insight на основе данных различных опросов

Пример «зрелой» аудитории

Среди москвичей, подключившихся к Интернету до 2000 г., проникновение e-commerce не растет



Пределы экстенсивного роста

Даже среди опытных интернет-пользователей покупки в Сети совершает не более **85%** в Москве и **60%** в регионах. Видимо, это – потолок

При этом уже сейчас доля пользователей e-commerce составляет **35-40%** интернет-аудитории =>
=> даже с учетом роста аудитории Сети количество онлайн-покупателей может вырасти еще в **2,5 раза**

Выше **1 трлн.** рублей рынок e-commerce может вырасти только за счет роста частоты онлайн-покупок, их диверсификации и, возможно, смещения спроса в сторону более дорогих товаров и услуг

ПРИМЕРЫ. РЫНОК E-COMMERCE НАЧИНАЕТ БУКСОВАТЬ?

Пример 1. РЖД

Крупнейший по количеству заказов онлайн-продавец в России

2010-2011 гг.: ежегодное удвоение онлайн-продаж (11 млн. билетов в 2011 г.), повсеместное внедрение электронной регистрации

2012 г.: в мае внедряется скидка 5% на покупки через Интернет, но все равно замедление роста:

- в целом I полугодие +80%
- май-июнь +50% (несмотря на скидку!)
- август-сентябрь ~+30% (оценки Data Insight)
(в %% к аналогичным периодам 2011 г.)

Пример 1. РЖД



Даже многие опытные и продвинутые интернет-пользователи предпочитают оффлайн-покупки

*Продажи билетов на Сапсан:
32% в онлайн с электронной регистрацией,
19% в онлайн с распечаткой билета,
49% в оффлайне*

Самый быстрорастущий канал продаж – терминалы на вокзалах с оплатой банковской картой

*Рост в 3 раза к 2011 г.
+ в 2 раза увеличилось количество билетов, покупаемых в онлайн и распечатываемых через терминал*

Пример 2. Одежда

Лидер роста на рынке e-commerce в 2010 г. А сейчас?

- посещаемость большинства лидеров рынка практически не растет
- планы Wildberries.ru (растущего быстрее рынка): выручка вырастет в 2012 г. «как минимум на 25%»
- оценка Data Insight: рост онлайн-продаж одежды и обуви за год (лето 2012 к лету 2011 г.) +20%

Гипотеза: активные рекламные кампании и вирусный эффект за 2 года охватили всех, кто был психологически готов к покупкам одежды в интернете

Нужна пауза, чтобы «подросло» пополнение?

Пример 3. Продукты питания

Более 50% оффлайн-розницы –
и только 3% рынка e-commerce

1% оффлайн-продаж продуктов питания примерно равен всему годовому росту рынка e-commerce

При этом:

- Лидер сегмента оптимизирует косты, свертывает инфраструктуру и не увеличивает продажи
- Ряд проектов закрылись в 2011-2012 гг.
- Оффлайн-ритейлеры приходят в онлайн – но не для того, чтобы продавать продукты питания

Контрпример? Техника и электроника

Это основной сегмент рынка e-commerce
(45% всех онлайн-продаж физических товаров)
... и при этом на онлайн приходится только 8%
российского рынка бытовой техники и электроники

Онлайн-продажи в сегменте растут на ~30% в год

Некоторые из лидеров рынка продают в 2,5-3 раза
больше, чем год назад – рост обеспечивается
регионами

К 2015 г. онлайн-продажи техники и электроники
могут достичь 300 млрд. рублей (98 млрд. в 2011 г.)

Констатация

- Рост рынка за счет увеличения количества покупателей близок к исчерпанию
- Недостаточно просто информировать и давать первичный опыт пользования интернет-магазинами
- Надо плотнее вовлекать пользователей в онлайн-шопинг – постоянно объясняя и доказывая на практике преимущества покупок в Сети
- Нужны новые прорывные сервисы и проекты
- Нужно изучать поведение пользователей, их ежедневный выбор между покупками в оффлайне и онлайн

Развитие без прорывов – в цифрах

Даже при существующих трендах (замедление роста) цифры впечатляют:

- В целом за 2012 год ожидается рост онлайн-продаж в России на 28%
- ... а в 2013 г. – еще +25%
- Объем рынка e-commerce в этом году составит 410 млрд. рублей
- В 2014 г. рынок может достичь \$20 млрд.

Data Insight

Исследовательская компания **Data Insight**

Исследования рынков e-commerce и интернет-рекламы

Контакты:

a@datainsight.ru

+7 495 5405906

www.datainsight.ru

www.facebook.com/DataInsight

[www.slideshare.net/Data Insight](http://www.slideshare.net/Data_Insight)

