

# Электронная торговля в России 2014



Федор Вирин  
Борис Овчинников

Data Insight  
Исследования и консалтинг

Объем розничной электронной  
торговли в 2013 г. составил  
**около 520 млрд. рублей**  
**(\$16.3 млрд.)**

**Рост за год в рублях + 28%**  
**в долларах + 25%**

# Рост рынка интернет-торговли

1. Рынок рос очень быстро в I полугодии 2013 г.  
Несмотря на замедление роста в III-IV кварталах, в целом за год рост рынка выше, чем в 2012 году
2. ... притом даже в долларовом выражении рост ускорился по сравнению с 2012 г.
3. Быстрее рынка растут онлайн-продажи нематериальных товаров – это в первую очередь билеты на поезд и самолет

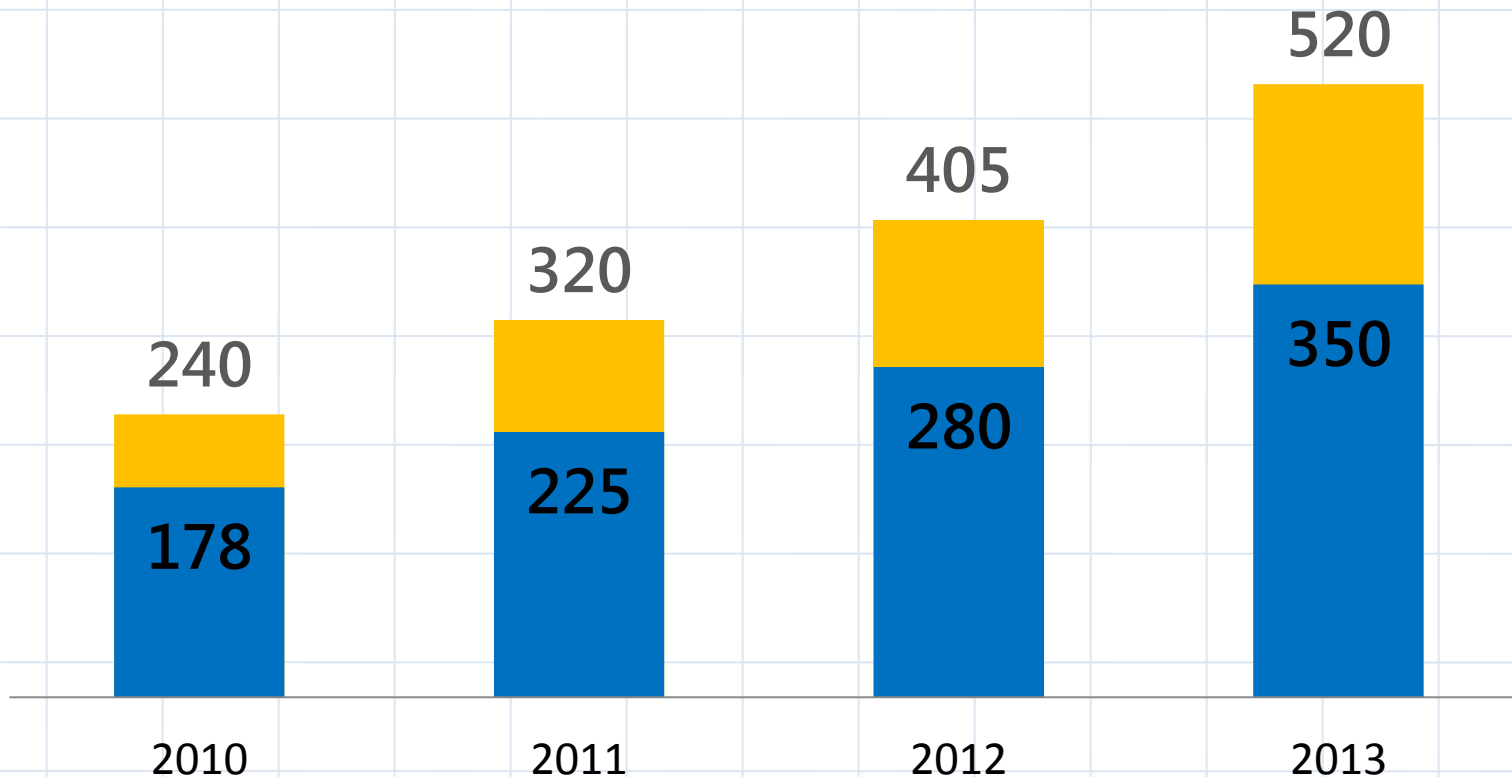
# Объем рынка

Из **520** млрд. рублей:

материальные товары **350** млрд. (+25%)

цифровые товары и билеты **170** млрд. (+36%)

DATA  
insight



# За пределами 520 млрд. рублей

1. Покупки за рубежом (в зарубежных интернет-магазинах): **~150 млрд. рублей**
2. Корпоративные покупки (покупки юридическими лицами в интернет-магазинах): **~100 млрд. рублей**
3. Бронирование гостиниц и покупка туров (но не билетов) через интернет: **~60 млрд. рублей**
4. Покупки скидочных купонов на сайтах-купонаторах

В России **30 миллионов**  
интернет-покупателей  
Рост за 2013 год + **30%**

**70%** новых покупателей  
живут за пределами Москвы

# Интернет-торговля в регионах

1. Другая аудитория интернет-покупателей: ниже доход, моложе, меньше интернет-стаж
2. Другие мотивации выбора конкретного магазина и выбора в пользу е-commerce в целом
3. Ниже уровень конкуренции («федералы», слезьте с пьедестала)
4. Региональные рынки и ближе к классическому западному е-commerce (большая доля предоплат)
5. ... и дальше от классического западного е-commerce (большая доля самовывоза)

# Поведение потребителей



# Новый исследовательский проект

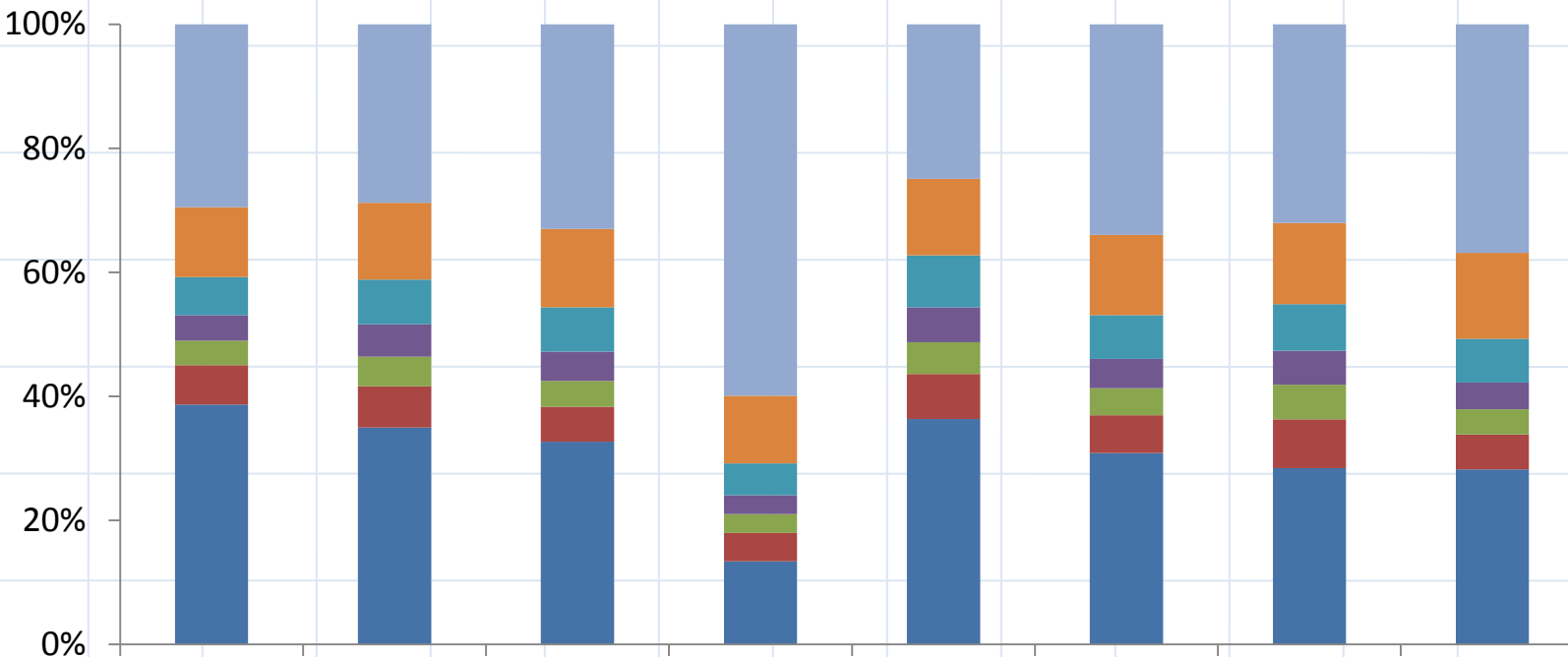
Совместный с Retail Rocket проект анализа данных поведения потребителей. Мы анализируем обезличенные данные всей совокупности сайтов в системе Retail Rocket на наличие шаблонов поведения

## Мы исследуем:

1. Поведение пользователей перед покупкой – на одном сайте и на других сайтах в категории
2. Поведение пользователей между покупками
3. Особенности составных заказов

*Некоторые результаты представлены ниже*

# Время от просмотра до заказа



DATA  
insight

retailrocket

More 4 days

More 2 days less 4 days

More 1 day less 2 days

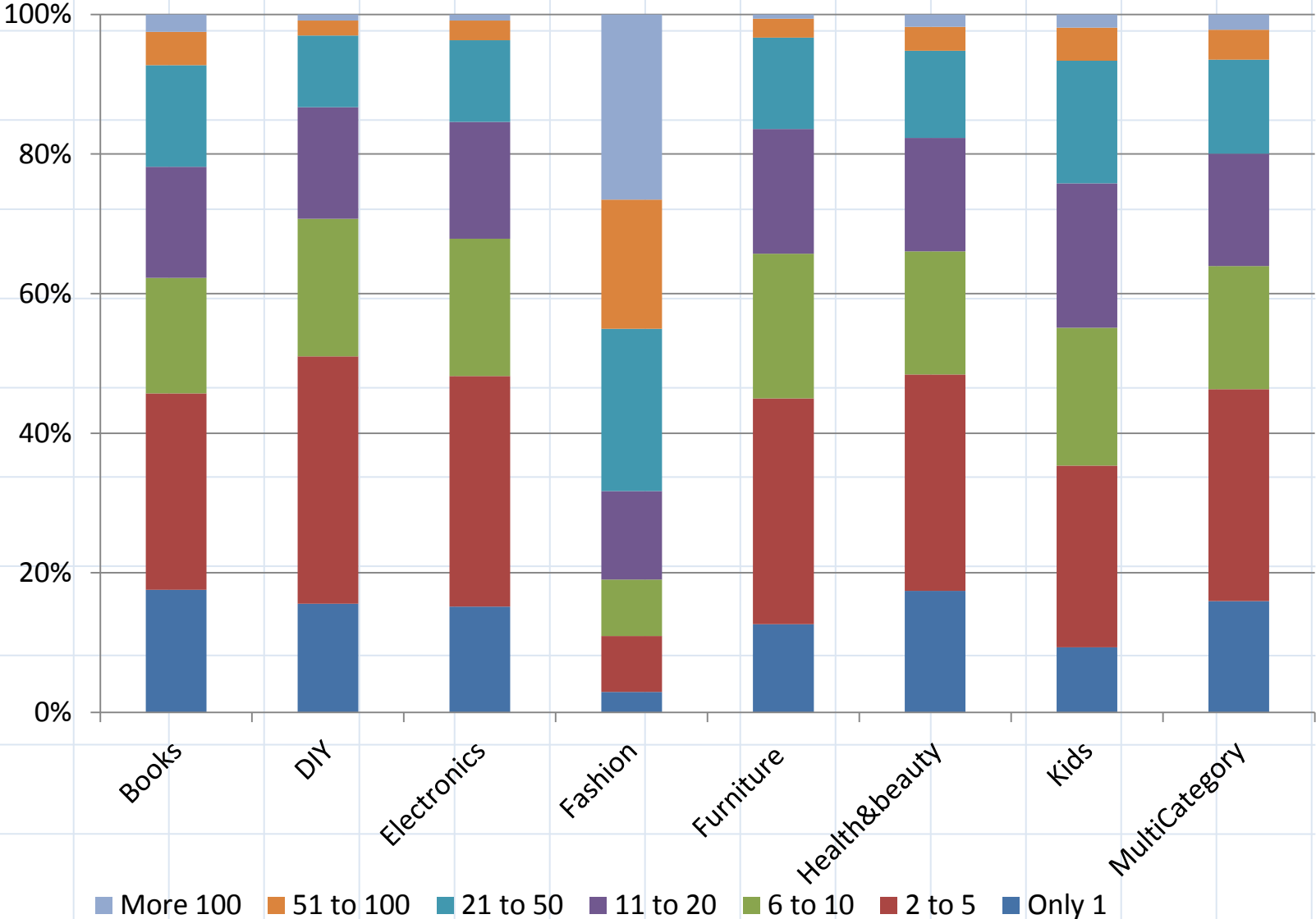
More 12 hour less 1 day

More 3 hours less 12 hours

More 1 hour less 3 hours

Less 1 hour

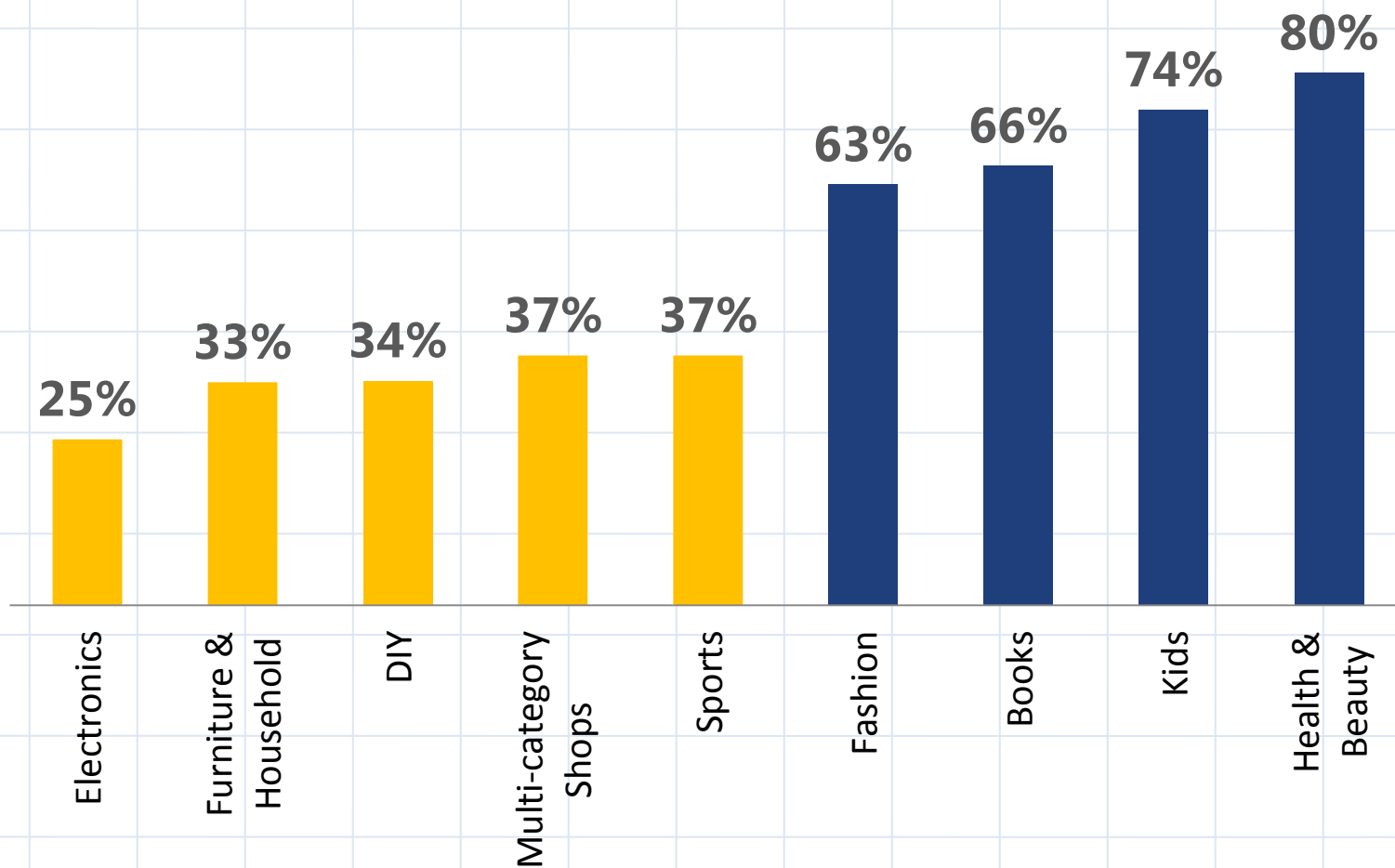
# Количество просмотренных товаров



DATA  
insight

retailrocket

# Доля заказов с 2 и более товарами

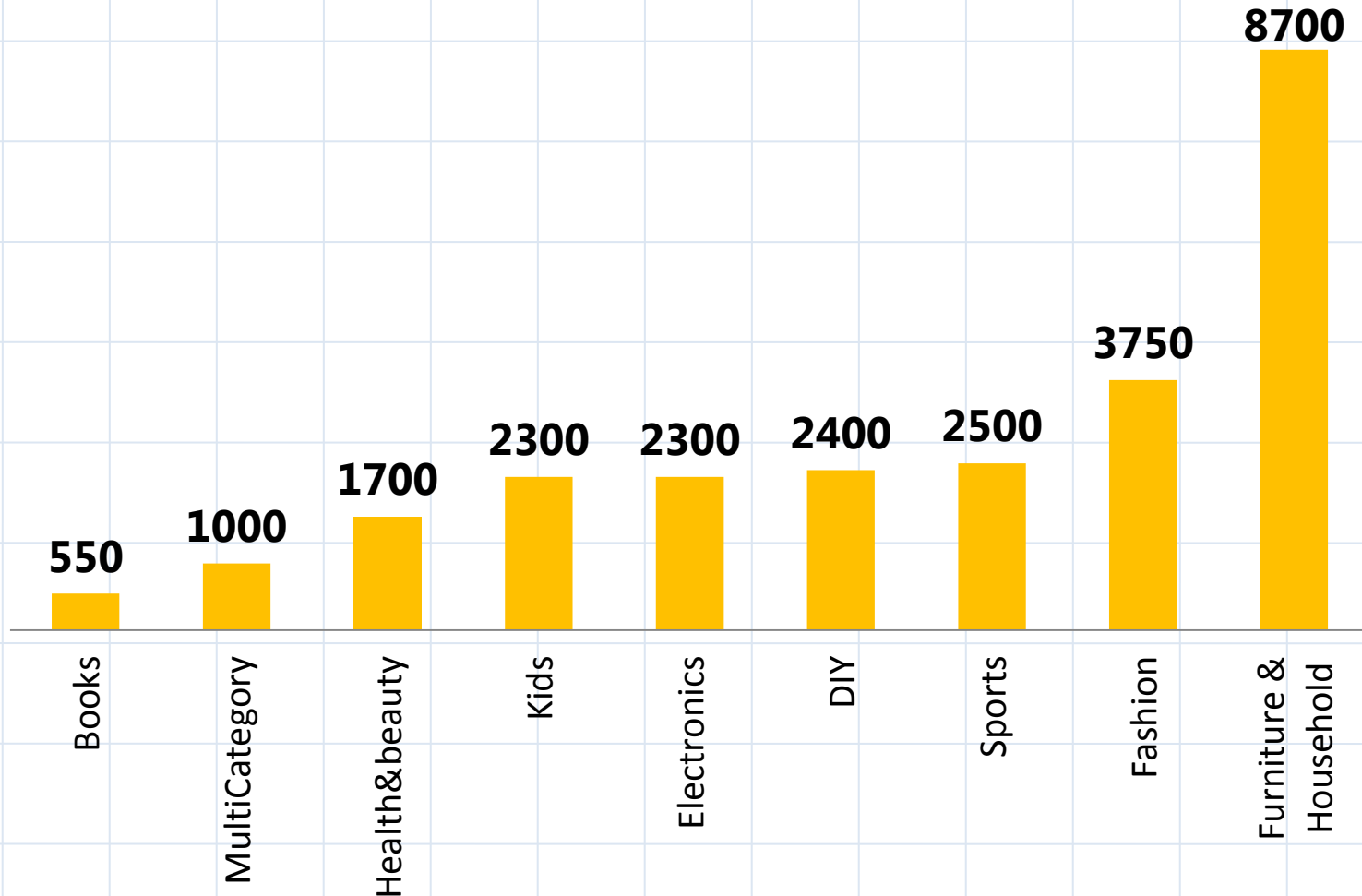


В среднем по 9 категориям магазинов доля таких заказов - ровно половина (50%)

DATA  
insight

retailrocket

# Медианная стоимость заказа



В целом по рынку большинство заказов меньше 2800 рублей

DATA  
insight

retailrocket

# Магазины Рунета проект «Online store Base»

# Проект «Online store Base»

Мы собираем и анализируем сайты магазинов в Рунете через парсинг всех доступных источников. По каждому магазину из основной базы доступны параметры:

1. Товарная категория (или товарные категории) – в т.ч. с детализацией до подкатегорий
2. Посещаемость, сопоставленная из разных доступных источников
3. Количество заказов (для небольших магазинов - оценка примерного количества заказов)
4. Оборот и средний чек (для крупных магазинов)

*Общий объем базы – около 80 тысяч магазинов.*

Признаки интернет-магазина есть  
на **9% «живых» доменов** в зоне .ru



Всего более **200 тысяч доменов**  
имеют признаки интернет-магазина

# Количество магазинов

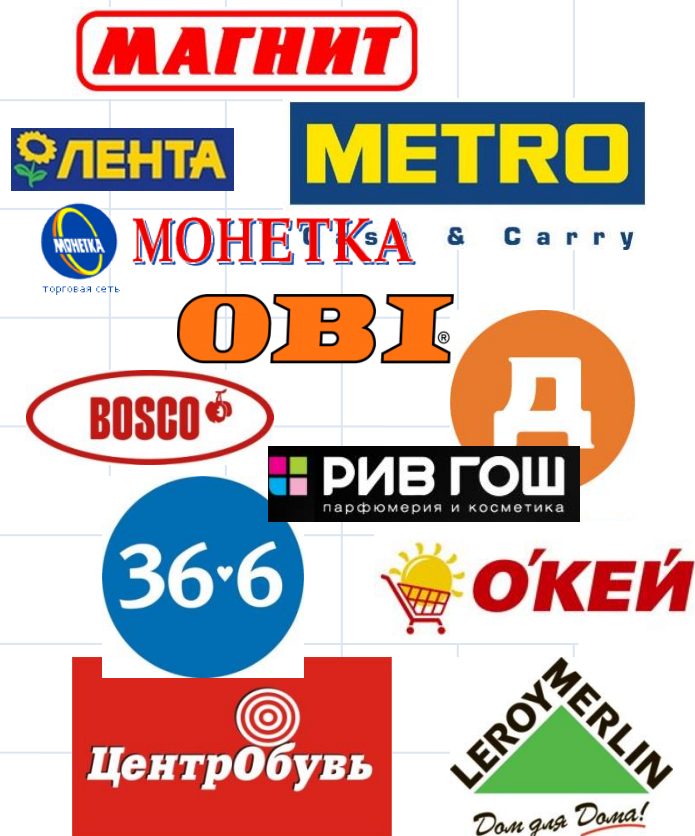
1. Более **200 000 доменов** Рунета имеют признаки интернет-магазина (например, корзину)
2. Только **80 тысяч** магазинов имеют посещаемость более 20 человек в день
3. 97% из 80 тысяч магазинов – «длинный хвост». В среднем они получают через онлайн единицы заказов в неделю
4. На этот «длинный хвост» приходится ~10% заказов в Рунете
5. В большинстве товарных категорий доля «длинного хвоста» не значима

Пора перестать защищать  
песочницу от врагов!

# Нет е-commerce, есть ритейл!

Крупнейшие мультиканальные ритейлеры	Оборот 2012*	Онлайн-продажи 2013**
X5	491	1,8
М.видео	133	6
Эльдорадо	98	5
Евросеть	94	3
Связной	92	16
DNS	86	6
Седьмой континент	62	1,5
Спортмастер	58	2
adidas (с оптом)	44	0,3
Media Markt	41	0,8
Л'Этуаль	35	0,3
Детский мир	28	0,5
Азбука вкуса	26	0,8
Техносила	25	2
<b>Otto Group</b>	<b>23</b>	<b>18 (12***)</b>
<b>Юлмарт</b>	<b>21</b>	<b>22 (13)</b>
<b>Ситилинк</b>	<b>19</b>	<b>12 (8)</b>
<b>Wildberries</b>	<b>9</b>	<b>17 (9)</b>

Им еще предстоит стать мультиканальными:



\* Данные по обороту компаний: Expert400

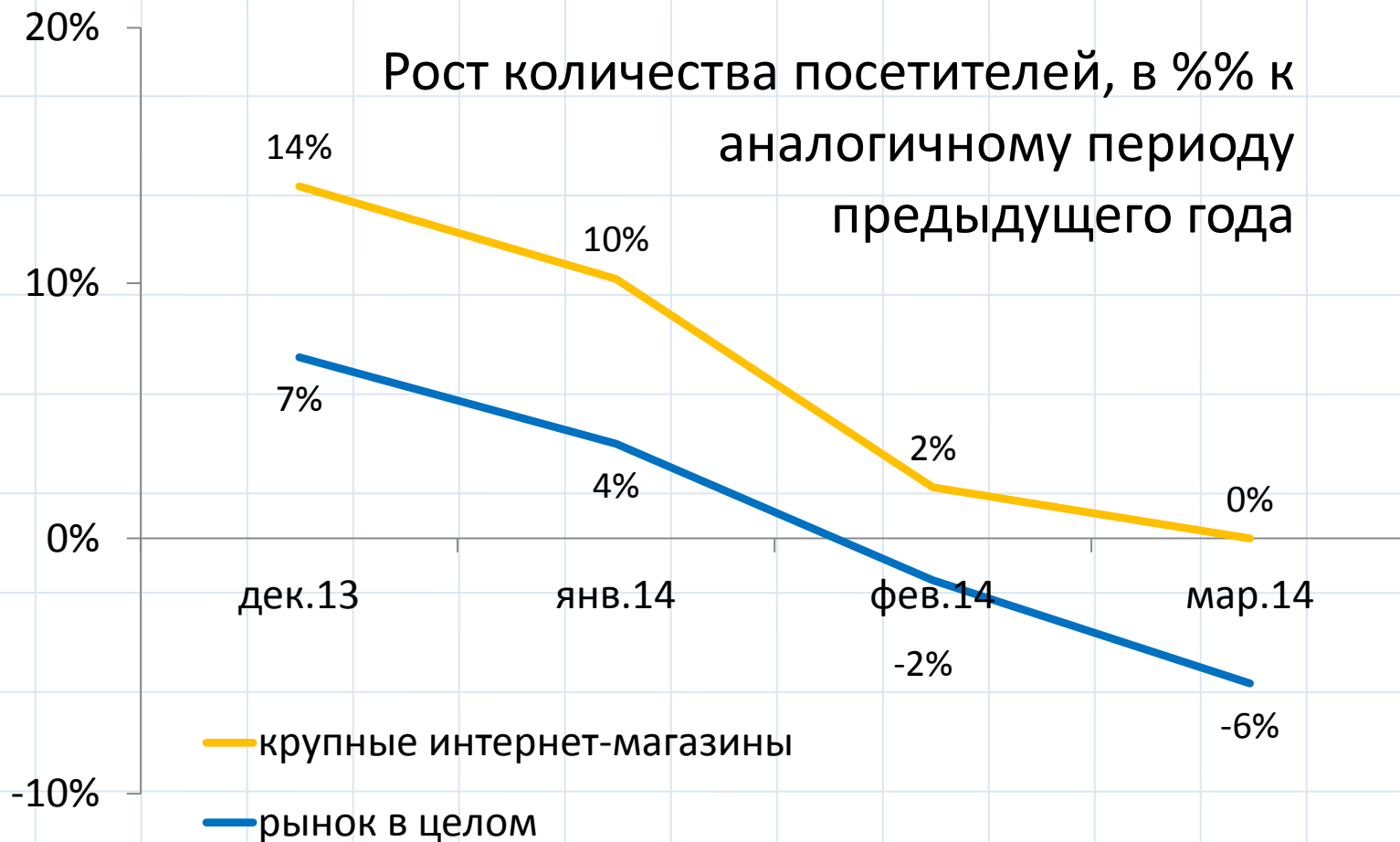
\*\* Оценки Data Insight

\*\*\* В скобках – онлайн-продажи за 2012 г.

# Текущая ситуация и прогнозы

# Нулевой рост по посещаемости

Рост количества посетителей, в %% к аналогичному периоду предыдущего года

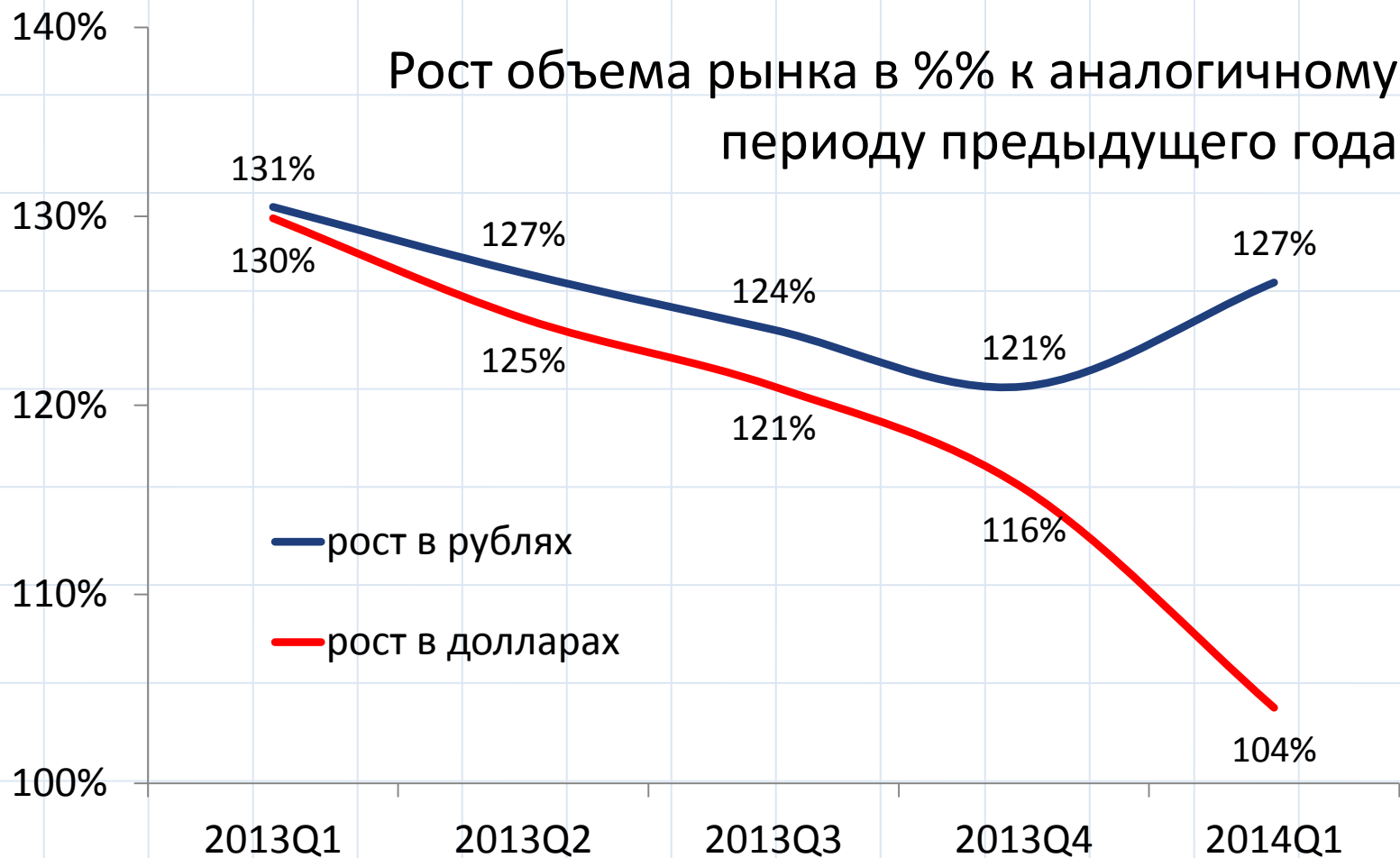


# Индикаторы и симптомы

1. Падение темпов роста посещаемости интернет-магазинов до нуля
2. Планы не выполняются: рост продаж в среднем на 1/5 меньше запланированного
3. Рост среднего чека – но исключительно за счет изменения валютных курсов
4. Очень разные результаты по «соседним» магазинам и сегментам; противоречивые сигналы

# Рост продаж – только в рублях

Рост объема рынка в %% к аналогичному периоду предыдущего года





I квартал 2013:  
курс доллара -3%\* & оптимизм  
**= рекордный рост +30%**

\* Среднее за квартал к ноябрю 2012 г. (последнему месяцу перед сменой тренда)

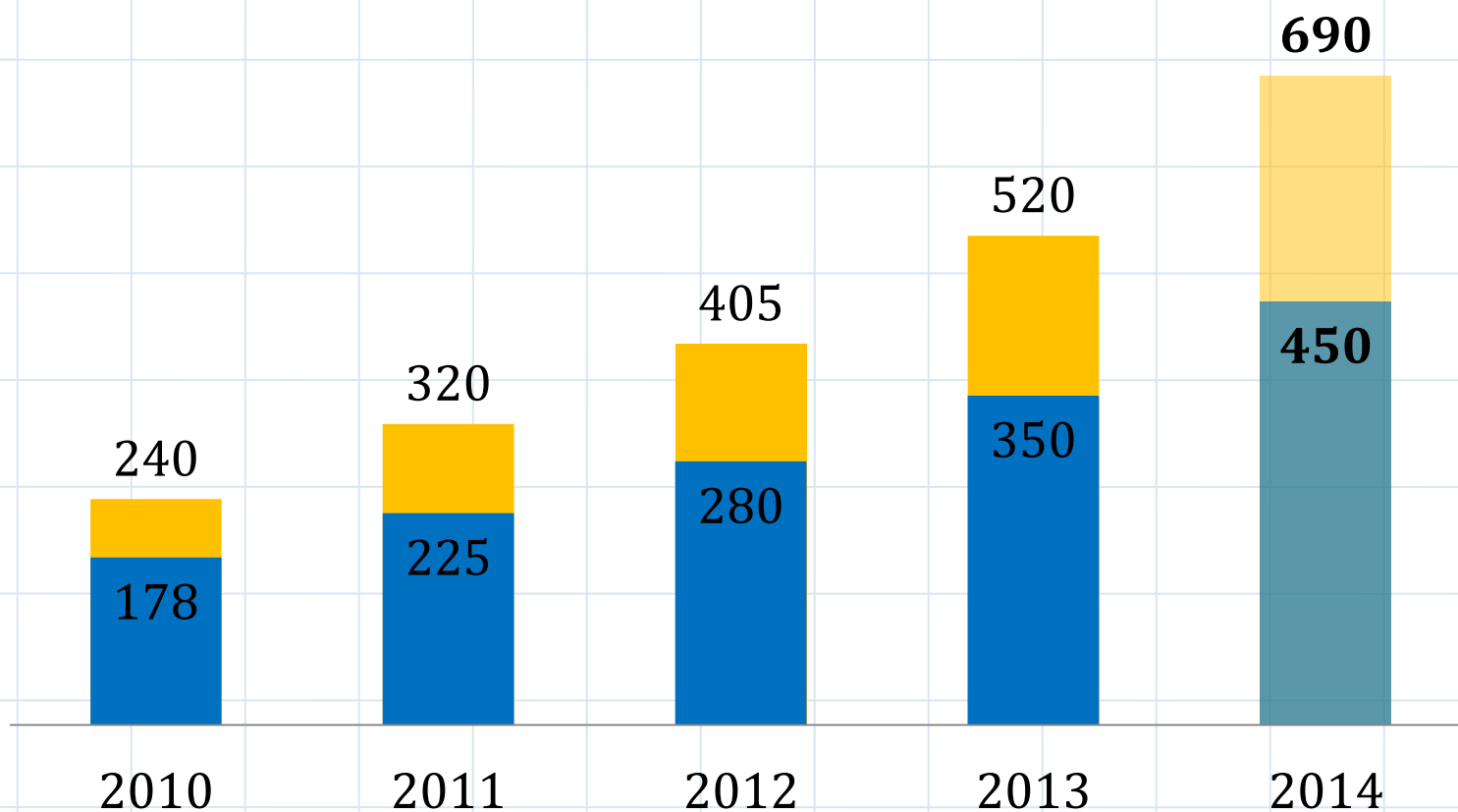
I квартал 2014:  
курс доллара +10%\* & опасения  
& высокая база начала 2013 г.  
**= замедление роста e-commerce**

\* Март 2014 г. к декабрю 2013 г. (последнему месяцу перед сменой тренда)

**Влияние курса доллара больше,  
чем влияние стоимости нефти!**

## Прогноз: объем рынка в 2014 г.

1. Ускорение темпов роста в рублях
2. Опережающий рост авиа и ж/д билетов



# Динамика рынка в начале 2014 г.

1. Снижение курса рубля привело к увеличению средней стоимости покупки при стагнации количества онлайн-заказов
2. Гипотеза: Из-за отсутствия роста зарплат в течение прошлого года у населения истощился запас денег (финансовая «подушка»), что в момент политической и экономической нестабильности привело к масштабному снижению потребительской активности
3. В рублевом выражении рост объема онлайн-продаж в 2014 году будет выше, чем в 2013 г. – но исключительно за счет роста курса доллара
4. Рост рынка в долларах при среднегодовом курсе 36-37 рублей составит только около 15%
5. Мы предполагаем дальнейшее опережение темпов роста цифровых товаров (билетов в первую очередь) над материальными товарами.

# Что такое Data Insight?

Первое в России агентство, специализирующееся на исследованиях, консалтинге и аналитике в области Интернета



Где все это можно узнать:

[a@datainsight.ru](mailto:a@datainsight.ru)

+7 495 5405906

Борис Овчинников

[b@datainsight.ru](mailto:b@datainsight.ru)

Федор Вирин

[f@datainsight.ru](mailto:f@datainsight.ru)