



Российский рынок электронной торговли: цифры роста

Data Insight
eRetailForum 2012



Объем рынка (2011)

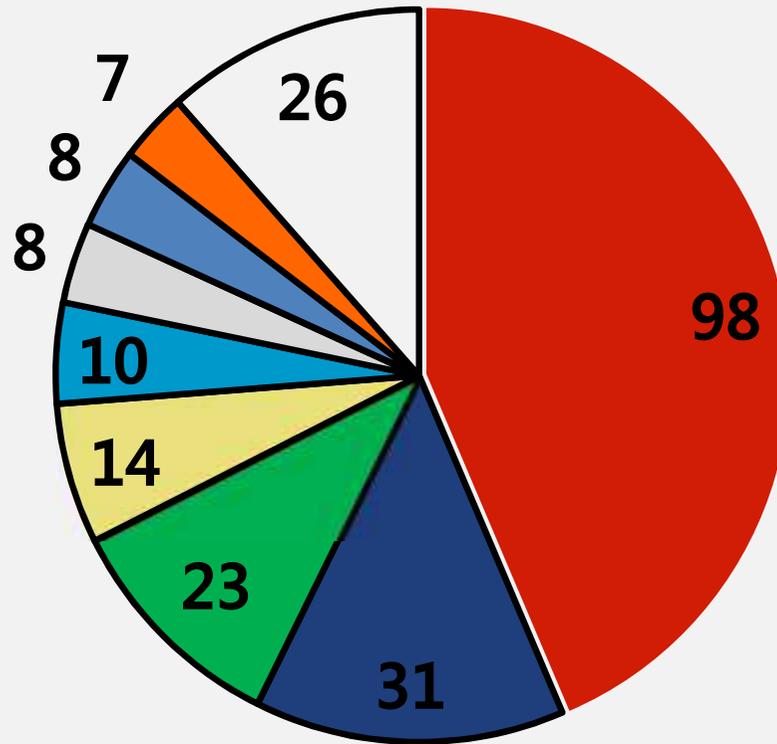
Российский рынок e-commerce: **320** млрд. рублей
(~\$10 млрд.)
из них материальные товары: **225** млрд. рублей



Структура рынка

только материальные товары
млрд. рублей

- Электроника и техника
- Одежда и обувь
- Автозапчасти
- Товары для дома и мебель
- Товары для детей
- Книги и диски
- Косметика и парфюмерия
- Продукты питания
- Прочее*



* - Подарки и сувениры, ювелирные украшения, товары для спорта и туризма, медицинские товары и т.д.

45% рынка - техника и электроника



* - Подарки и сувениры, ювелирные украшения, товары для спорта и туризма, медицинские товары и т.д.

Темпы роста: примеры

Svyaznoy.ru	+231%	
Euroset.ru	> +200%	
Detmir.ru	> +100%	
Shop.mts.ru	> +100%	
Mvideo.ru	+71%	
Utinet.ru	> +50%	
Ozon.ru	~ +40%	I пол. 2012 к I пол. 2011

Источники: пресс-релизы, публичные заявления и оценки на их основе

А как растет рынок в целом?

Онлайн-продажи лидеров рынка растут очень быстро
(и в ряде случаев темпы роста увеличиваются)

... но эти примеры не показательны:

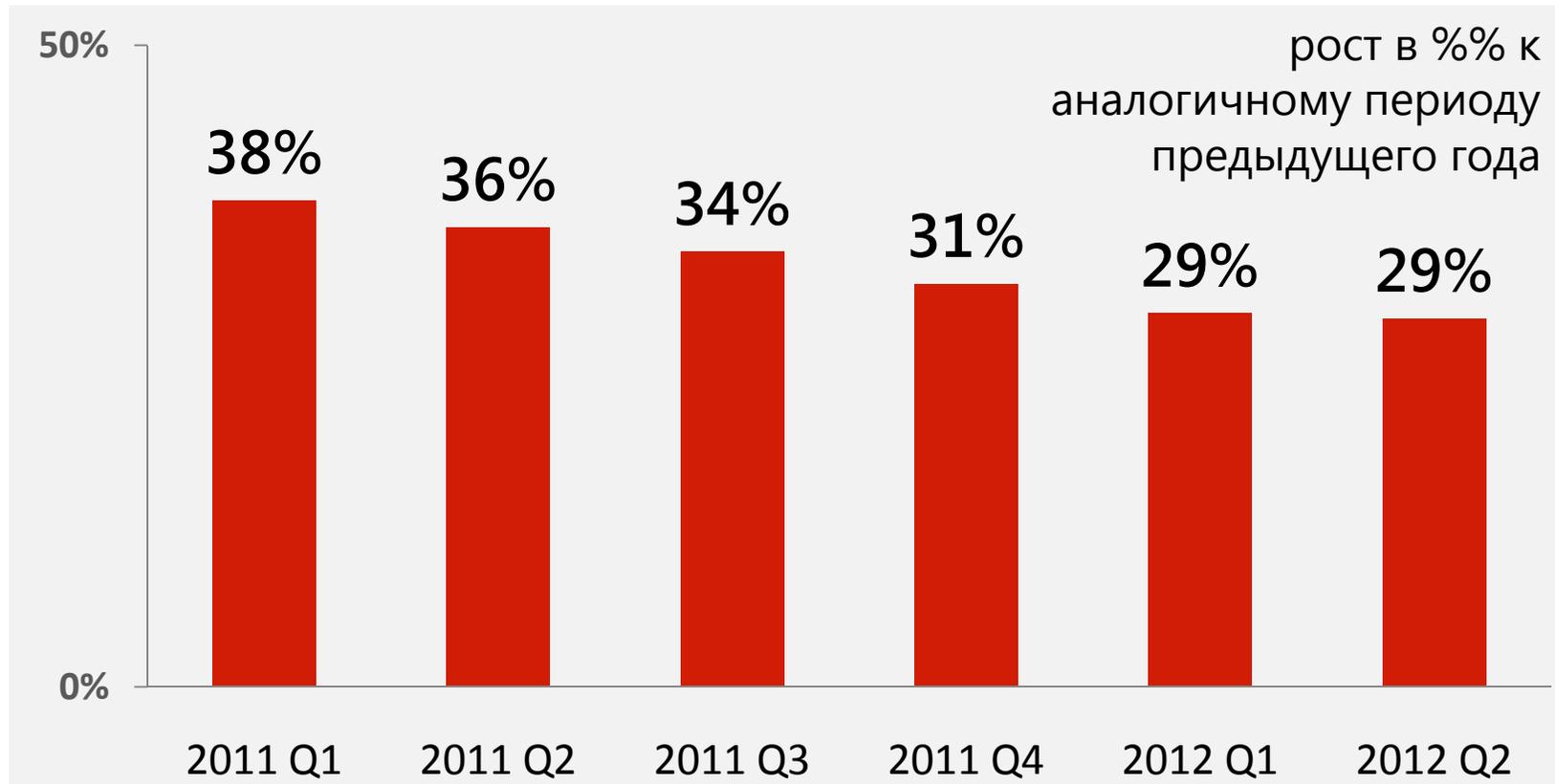
- менее успешные просто не «светятся»
 - идет концентрация рынка, растет значение бренда
- => лидеры растут быстрее рынка в целом

Темпы роста рынка e-commerce в целом опустились
ниже 30% в год. Среди причин:

- сокращение притока новых интернет-пользователей
- отсутствие новых сегментов-«локомотивов»

Квартал за кварталом

Темпы роста понемногу снижаются каждый квартал



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

Динамика роста: сравнение сегментов

Темпы роста		Сегмент
40-50%	Рост быстрее рынка	Товары для дома и мебель Товары для детей Товары для спорта
25-30%	Рост на уровне рынка	Электроника и техника Косметика и парфюмерия Украшения и подарки
~20%	Рост медленнее рынка	Одежда и обувь
<5%	Стагнация/спад	Продукты питания Книги и диски

Несколько фактов про рост рынка

1. Сейчас нет сегментов, которые бы росли в разы быстрее, чем рынок e-commerce в целом
2. По-прежнему почти 50% роста рынка e-commerce обеспечивается увеличением объема онлайн-продаж электроники и бытовой техники
3. Сегменты товаров для дома и автозапчастей дадут в этом году рынку e-commerce большую прибавку в денежном объеме, чем сегмент одежды и обуви

Рынок А: столицы

На столицы (Москва и СПб с пригородами) приходится **55%** онлайн-продаж

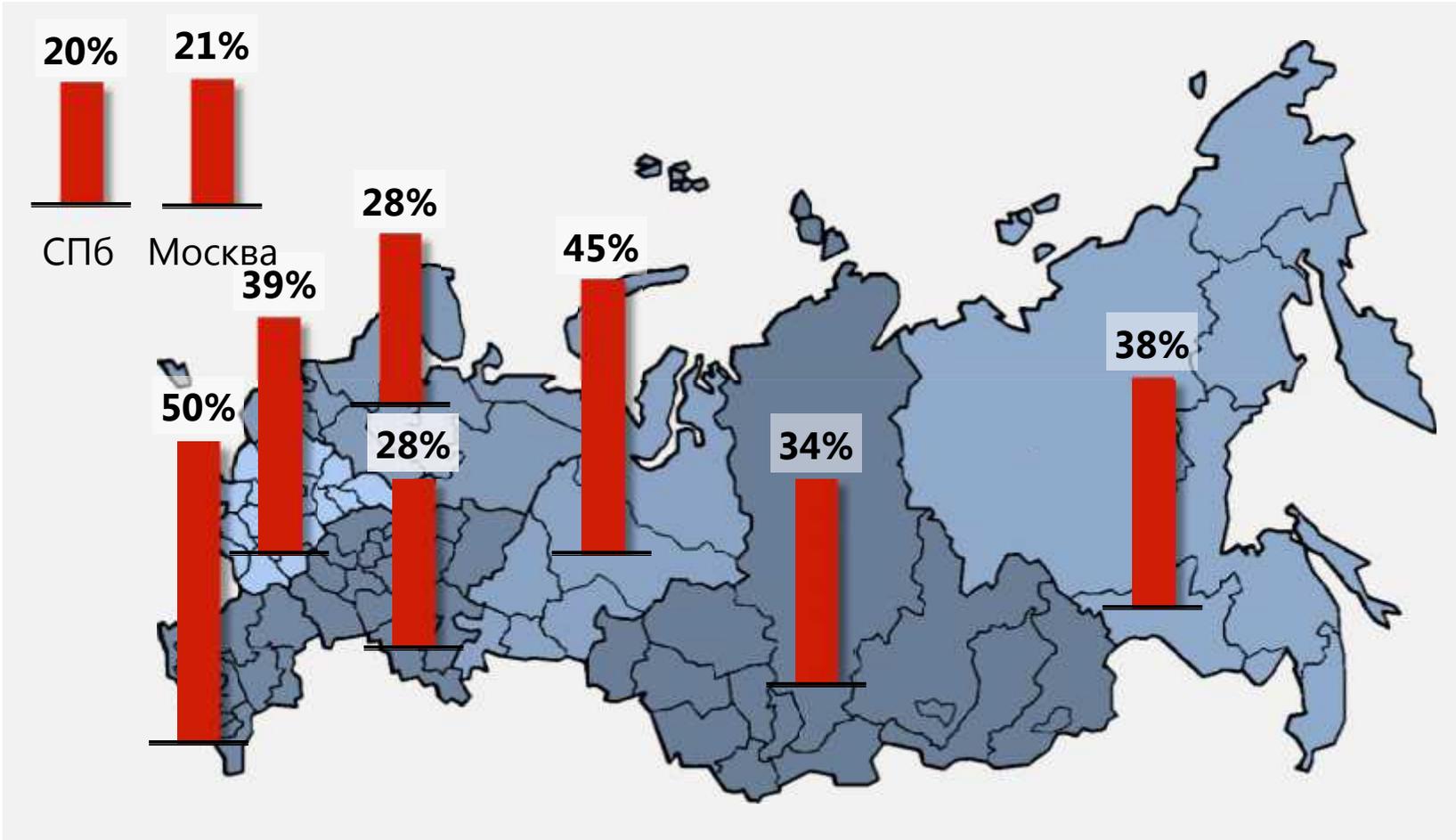
- низкие темпы роста
- рост – за счет увеличения частоты покупок
- у типичного покупателя большой стаж онлайн-покупок, он покупает часто и в разных категориях
- ... и он убежден, что в интернете покупать дешевле и удобнее
- большая часть продаж - в низкомаржинальных категориях, где магазин выбирается по цене
- многие тысячи мелких магазинов, минимальный уровень концентрации рынка

Рынок Б: регионы

На регионы приходится **45%** онлайн-продаж

- высокие темпы роста
- ... особенно вне больших городов
- рост – за счет новых интернет-пользователей и накопления ими онлайн-опыта
- интернет-магазины- это не столько экономия денег и времени, сколько огромный ассортимент
- нужны гарантии честности и удобная доставка
- ... соответственно, востребованы сильные бренды
- ... и при этом в большинстве регионов нет своих сильных брендов интернет-магазинов

География роста



Предвосхищая итоги года

- В целом за 2012 год ожидается рост онлайн-продаж в России на 28%
- Объем рынка составит 290 млрд. рублей (без учета билетов и цифровых товаров)
- 2/3 роста рынка обеспечат регионы

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)

