

Е-commerce в России: география, доставка и оплата

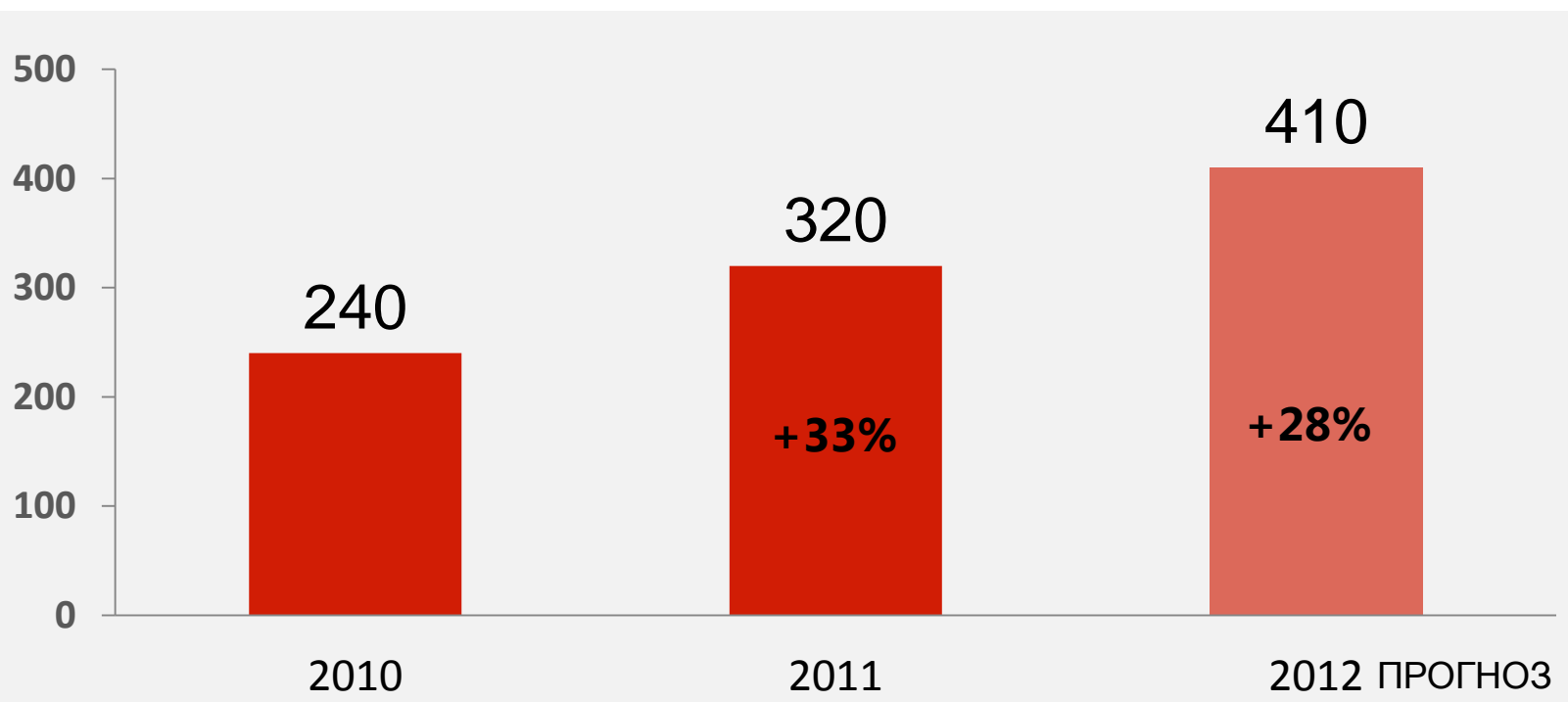
Data Insight

XIX Саммит «Торговля в России»

Москва, 17 октября 2012 г.

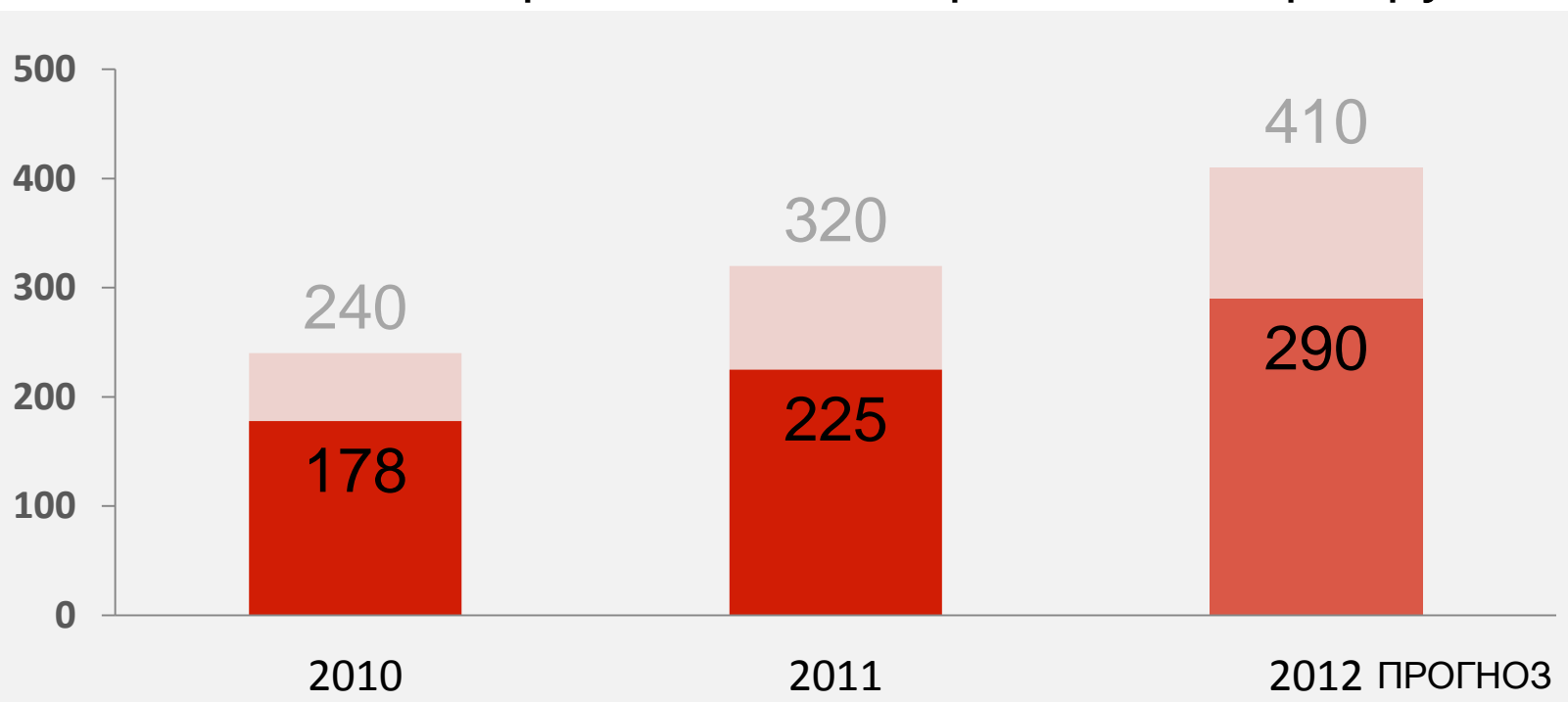
Объем рынка

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



Некоторые лидеры растут в разы быстрее рынка

| | |
|--------------|--------|
| Svyaznoy.ru | +231% |
| Sotmarket.ru | >+200% |
| Euroset.ru | >+200% |
| Detmir.ru | >+100% |
| Shop.mts.ru | >+100% |
| Mvideo.ru | +71% |
| Utinet.ru | >+50% |
| Ozon.ru | ~+40% |

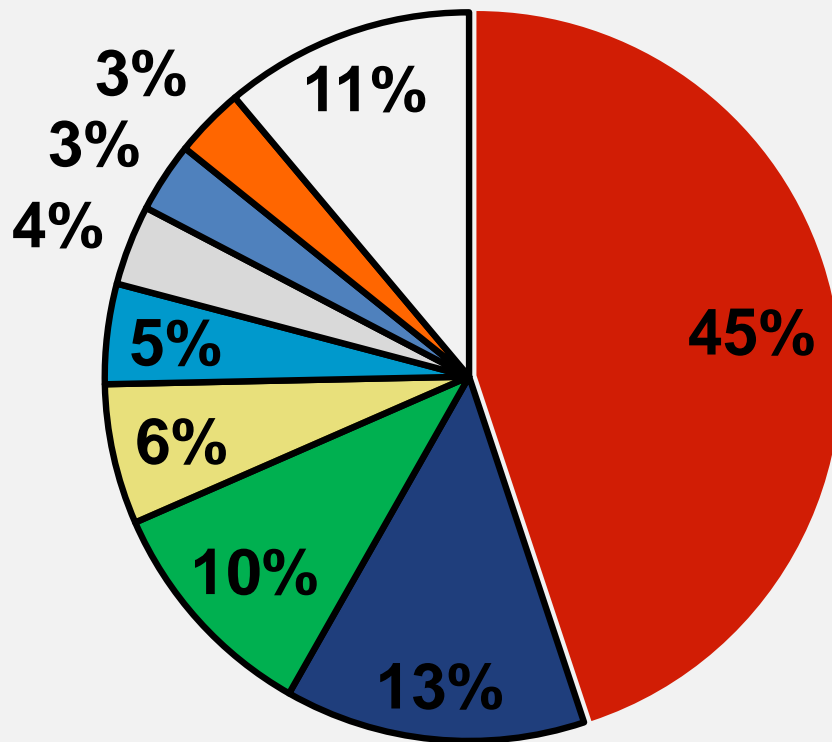
**I пол. 2012
к I пол. 2011**

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

Структура рынка e-commerce: товарные категории

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*

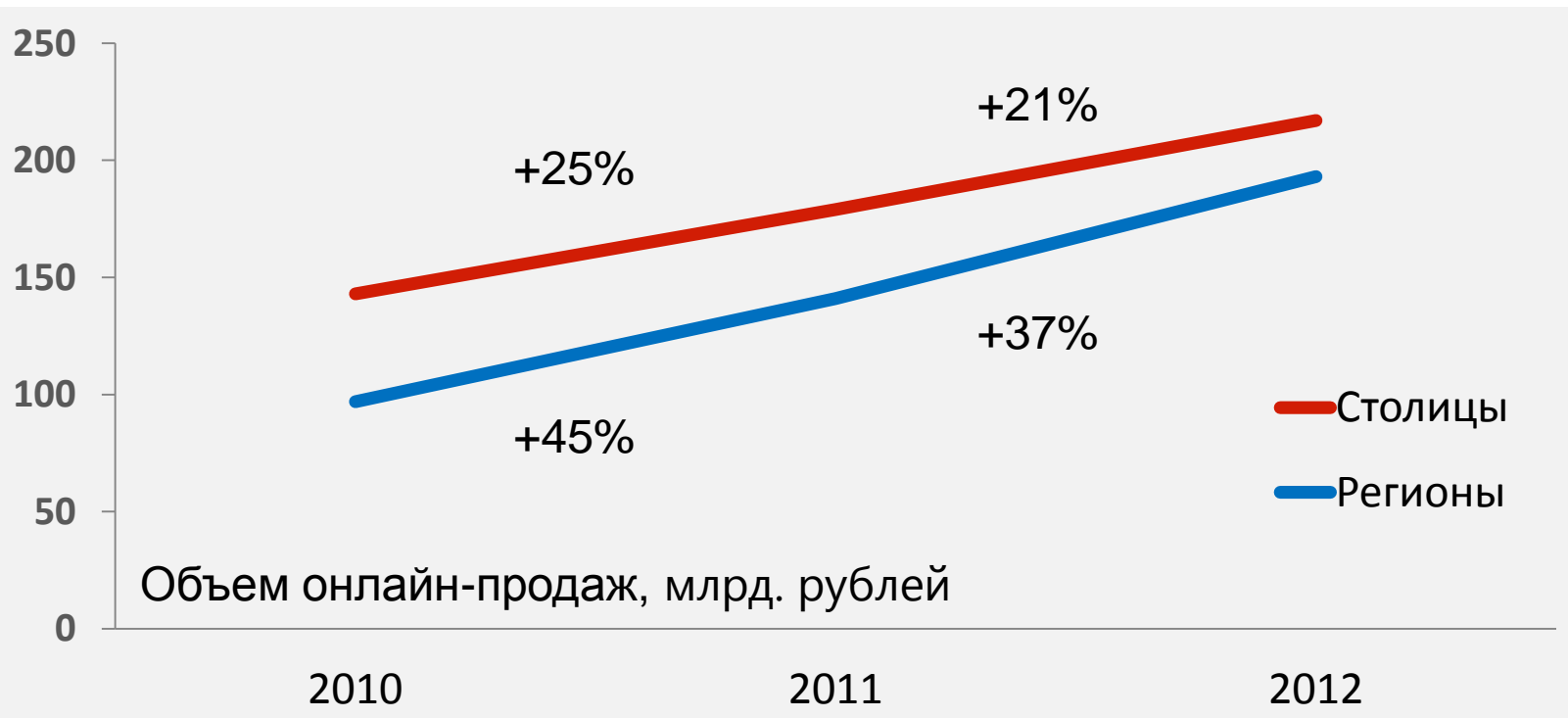


* - Подарки и сувениры, ювелирные украшения, товары для спорта и туризма, медицинские товары и т.д.

ДВА РЫНКА: СТОЛИЦЫ И РЕГИОНЫ

Регионы догоняют столицы

Исторически онлайн-продажи концентрировались в Москве и Петербурге – но регионы растут почти в 2 раза быстрее



Рынок А: столицы

Столицы (Москва с пригородами и Петербург)

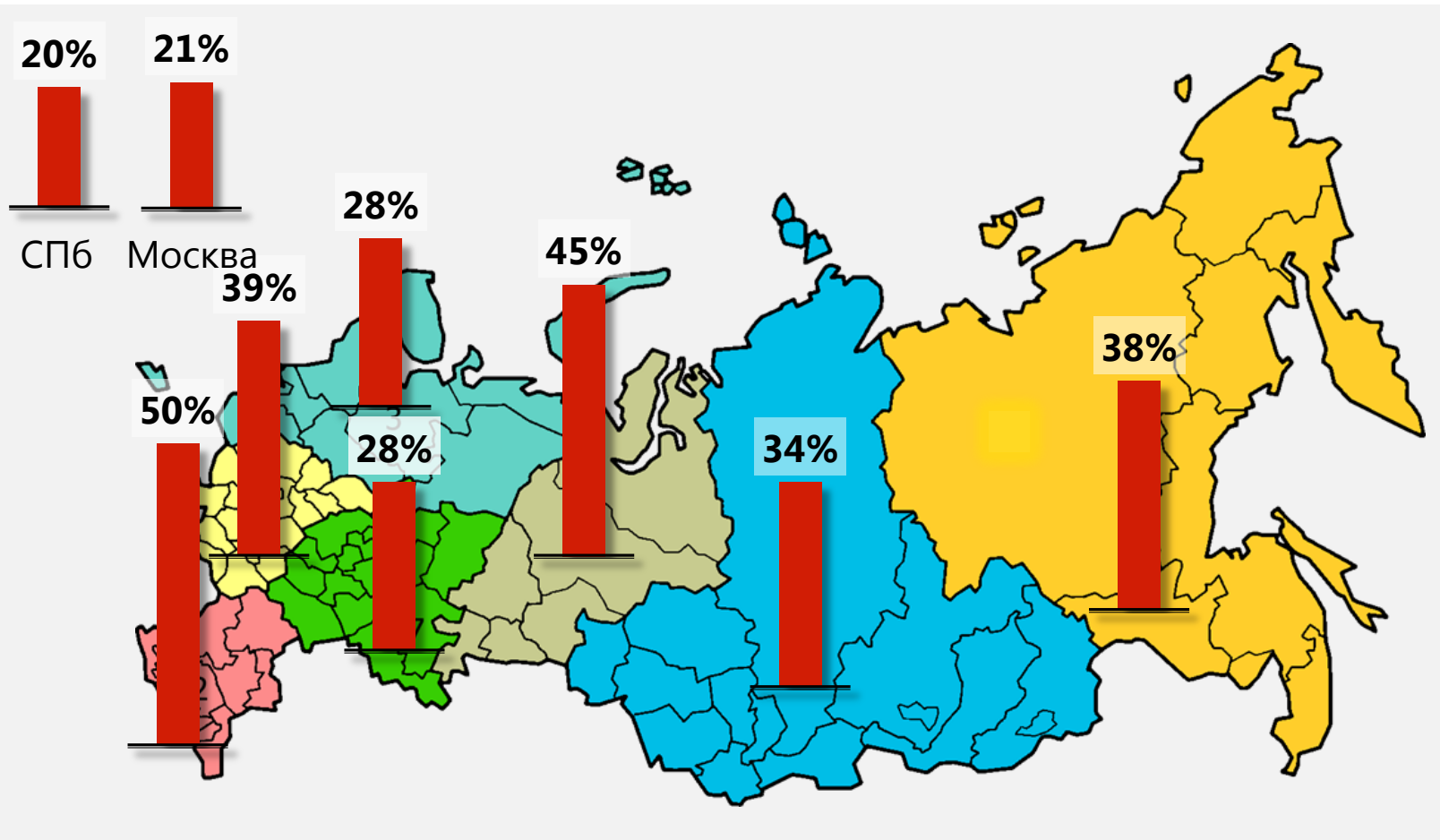
- 55% российского рынка e-commerce (2011)
- низкие темпы роста
- рост – за счет увеличения частоты покупок
- у типичного покупателя большой стаж онлайн-покупок, он покупает часто и в разных категориях
- ... и он хорошо знает, что в интернете покупать дешевле и удобнее
- основная часть продаж - в низкомаржинальных категориях, где магазин выбирается по цене
- тысячи мелких магазинов, минимальный уровень концентрации рынка

Рынок Б: регионы

Регионы

- 45% российского рынка e-commerce (2011)
- ... в 2013 г. будет уже более 50%
- быстрый рост, особенно вне больших городов
- в основном – за счет новых интернет-пользователей и накопления ими онлайн-опыта
- интернет-магазины – это огромный ассортимент
- вопрос доверия -> востребованы сильные бренды
- ... и при этом в большинстве регионов нет сильных локальных интернет-магазинов

География роста



Лидеры роста

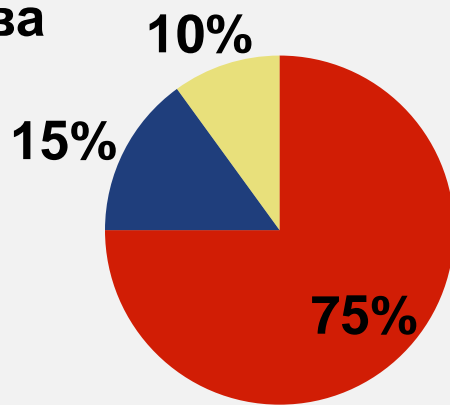
- **Юг и Северный Кавказ** – лидеры по темпам роста интернет-аудитории в последние годы; теперь нагоняют отставание по проникновению e-commerce
- **Урал** – Екатеринбург становится «третьей столицей» рынка e-commerce (онлайн-покупки превращаются в обыденность) + экспансия екатеринбургских игроков в соседние регионы подстегивает рост
- **Дальний Восток** – скудность ассортимента и дороговизна оффлайн-магазинов ускоряет миграцию в онлайн
- **Центр** – благотворное влияние более быстрой и дешевой доставки из Москвы + особенно активная экспансия столичных игроков

ДОСТАВКА ИЗ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ: СТАТИСТИКА И ТРЕНДЫ

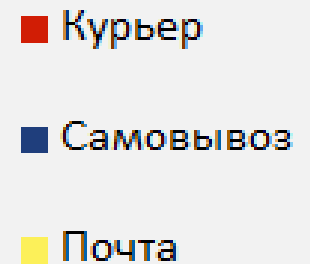
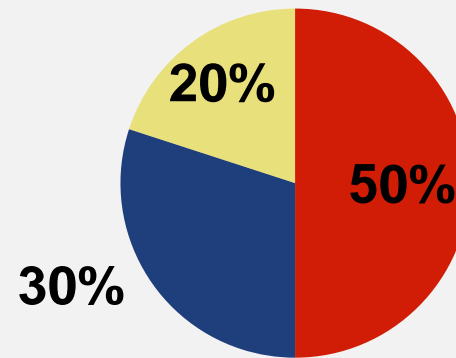
Способы доставки

Столичные и региональные рынки существенно отличаются и по предпочитаемым способам доставки

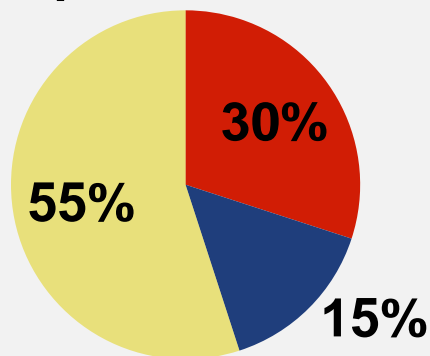
Москва



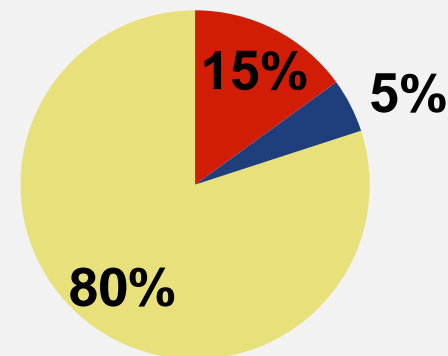
Санкт-Петербург



крупные города



остальная Россия



Доставка из интернет-магазинов – основные тренды

- «Самовывоз» – самый быстрорастущий вариант получения заказов
- Формирование новой категории игроков – сетей пунктов выдачи заказов и постаматов
- Интернет-магазины фокусируются на расширении сети точек выдачи заказов и на улучшение доставки через специализированные курьерские компании
- Некоторые интернет-магазины начали строить федеральные оффлайн-розничные сети
- Все чаще - унификация условий доставки по всей стране (в т.ч. бесплатная доставка по России)

Расширение географии доставки

- Примеры расширения географии присутствия
 - Ozon.ru: пункты выдачи заказов почти в 200 городах
 - Wildberries: с 85 городов (весна 2011) до 120-130 городов
 - Laredoute: курьерская доставка более чем в 30 городах (было 10)
 - Proskater: 24 города с возможностью курьерской доставки (было 8) + партнерства с 4 сетями ПВЗ и постаматов
 - Citilink: магазины и точки выдачи заказов в 23 городах (год назад было 5)
 - Дикая Орхидея: расширение географии доставки с 1 города до 17
 - E96.ru: теперь не только Екатеринбург и Свердловская область, но и еще 9 городов в 6 других регионах

Е-COMMERCE И ОНЛАЙН-ПЛАТЕЖИ

Противоречие?

Рынок онлайн-платежей растет...

Онлайн-платежи совершает
9 млн. россиян в месяц

Количество онлайн-
платежей: ~1 млн. в день

Количество пользователей
онлайн-платежей растет на
50% в год – без признаков
замедления

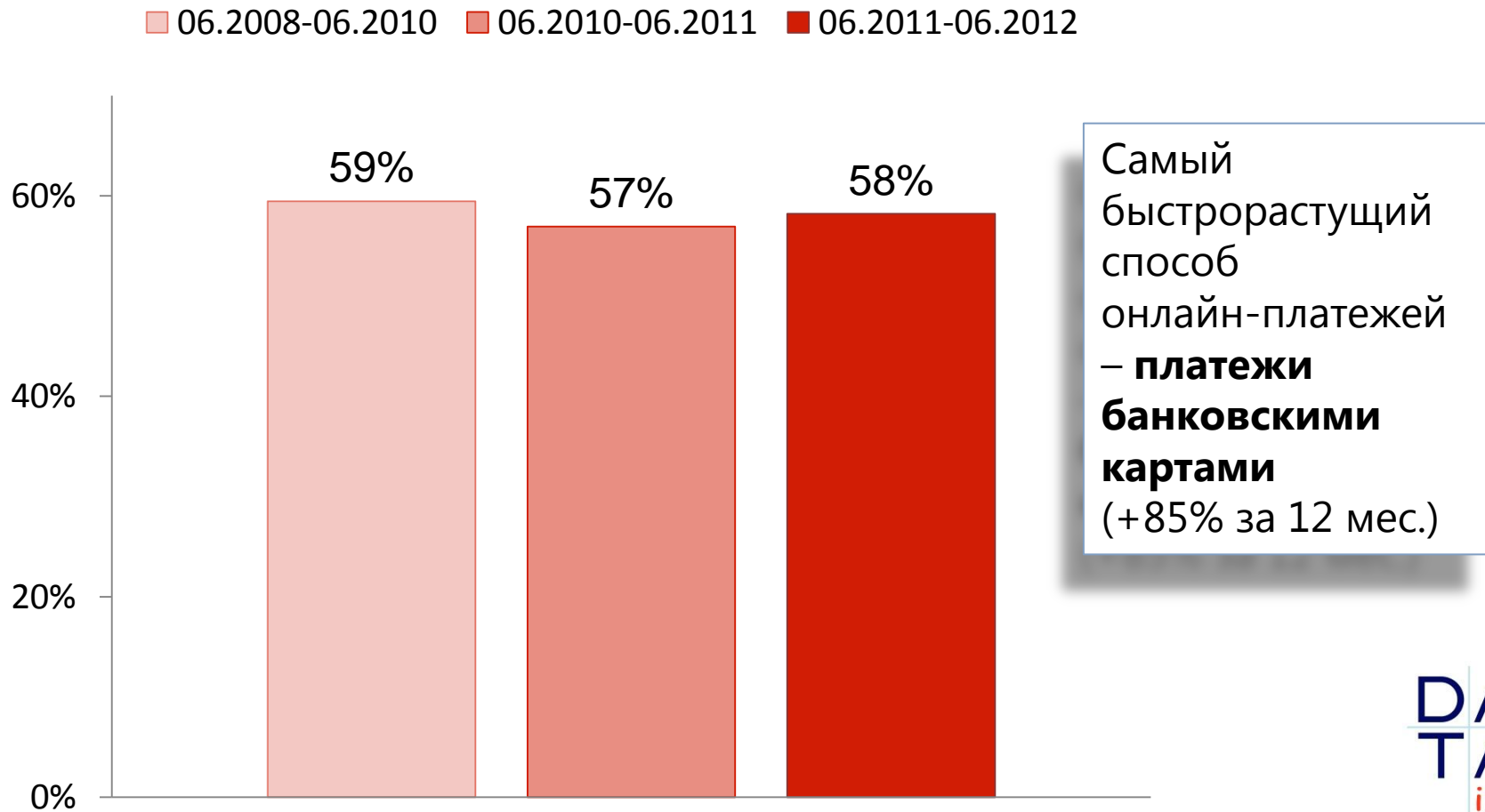
**... но покупки в интернет-
магазинах все равно
оплачиваются наличными**

Только 12% заказов
оплачивается в онлайн

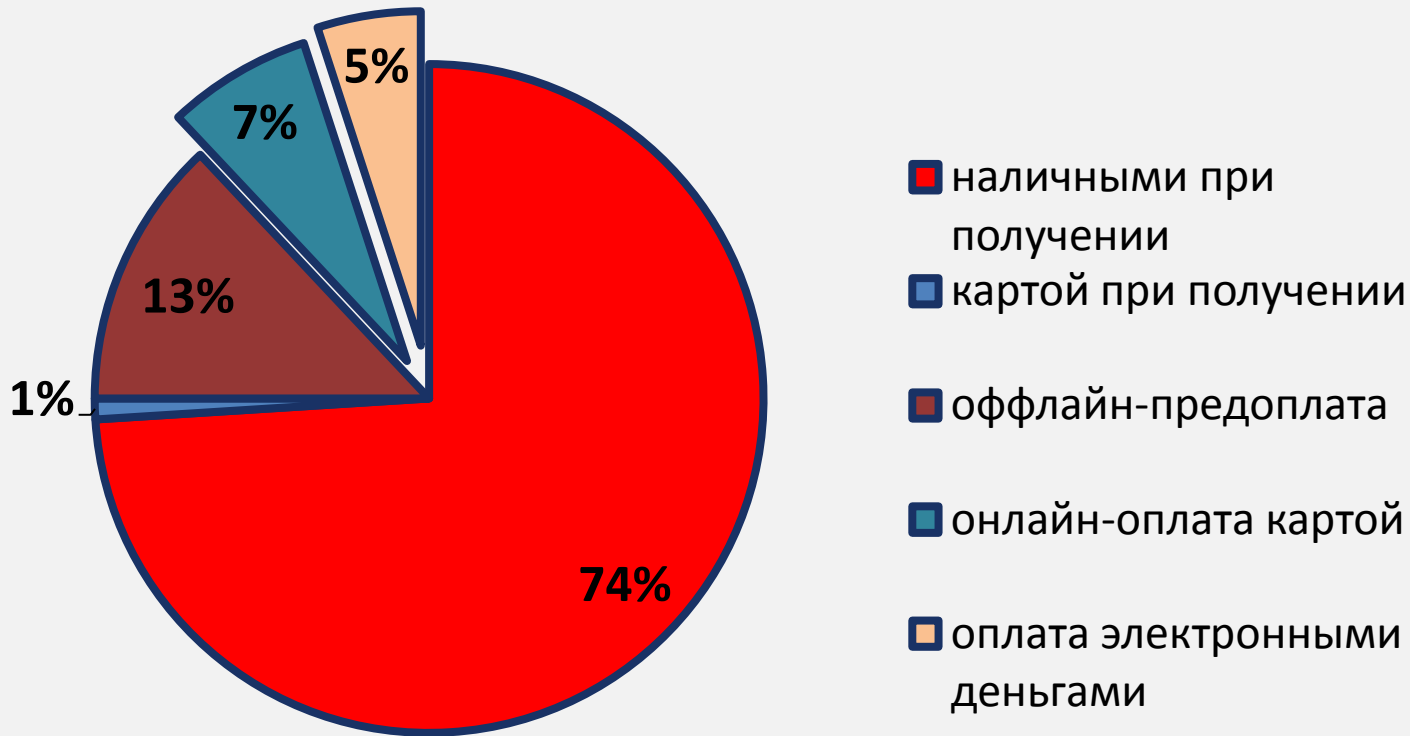
Доля онлайн-оплат растет
всего лишь на 1,5-2,5
процентных пункта в год

Динамика количества пользователей онлайн-платежей

Годовые темпы роста



Способы оплаты товаров в интернет-магазинах



Почему не оплачивают в онлайн?

Стандартный «миф»:

россияне боятся платить в онлайн

Однако в сегментах туристических услуг и билетов или купонных сервисов миллионы платят в онлайн картами и через электронные платежные системы

Проблема в отсутствии рациональных стимулов для онлайн-предоплаты

Зачем платить заранее, если можно заплатить столько же или меньше при получении, после проверки/примерки товара?

Что может/должно измениться?

- Накопление опыта онлайн-покупок + постепенная концентрация рынка => рост лояльности покупателей к крупным интернет-магазинам => рост готовности предоплачивать заказ
- Рост количества магазинов, предоставляющих скидку при предоплате
- Перенос рисков при онлайн-платежах с покупателей на платежные системы
- Рост активности использования карт в оффлайне и онлайн за счет банковских программ лояльности

Data Insight

Исследования рынков электронной торговли
и интернет-рекламы

Контакты:

a@datainsight.ru

+7 495 5405906

Борис Овчинников b@datainsight.ru

www.datainsight.ru

www.facebook.com/DataInsight

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

