

Сколько магазинов на самом деле в Рунете

Федор Вирин

Data Insight
аналитическое агентство



Что мы сделали

Мы собрали полную базу интернет-магазинов
российского интернета, вычистили ее и
проанализировали все крупнейшие магазины.

Для каждого магазина:

1. Определено количество заказов в день
2. Определен ориентировочный средний чек (а следовательно и оборот)
3. Определена категория/категории
4. Определен регион присутствия

**То, что вы видите дальше – результат разбора этой
базы магазинов и выводы, которые мы сделали.**

В Рунете всего **2000** магазинов
с числом оформленных заказов
более 10 в сутки

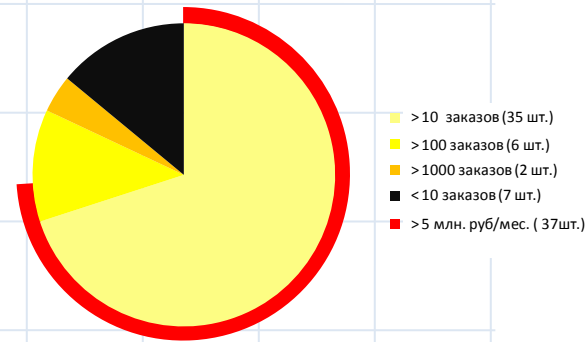
И меньше **100** магазинов
с числом заказов
больше 1000 в сутки

Анализ категорий

Для дальнейшей работы мы выделили 50 крупнейших магазинов по ключевым категориям.

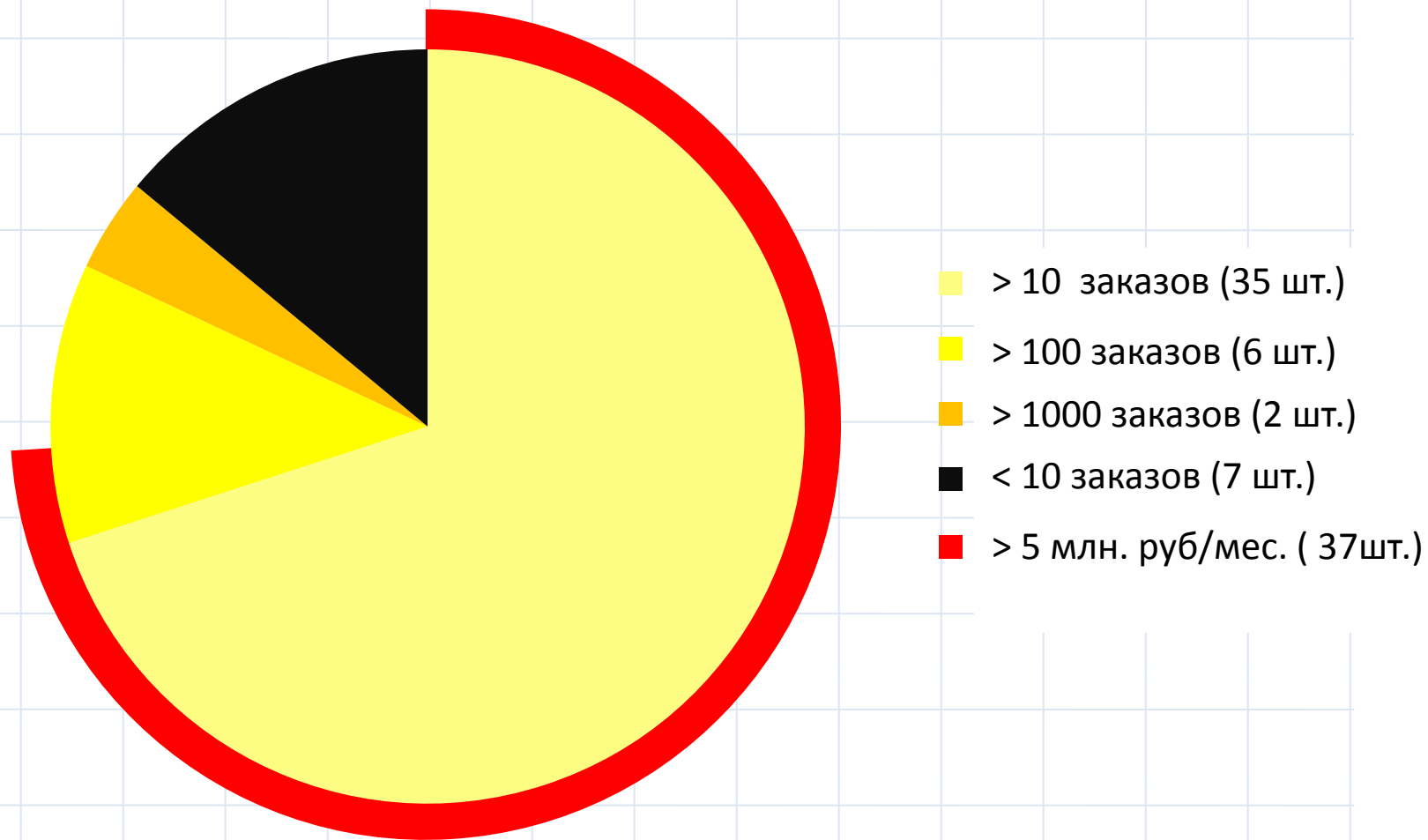
Все магазины в категории мы разделили на:

- Крошечные: меньше 10 заказов
- Маленькие: от 11 до 100 заказов
- Средние: от 101 до 1000 заказов
- Большие: свыше 1000 заказов



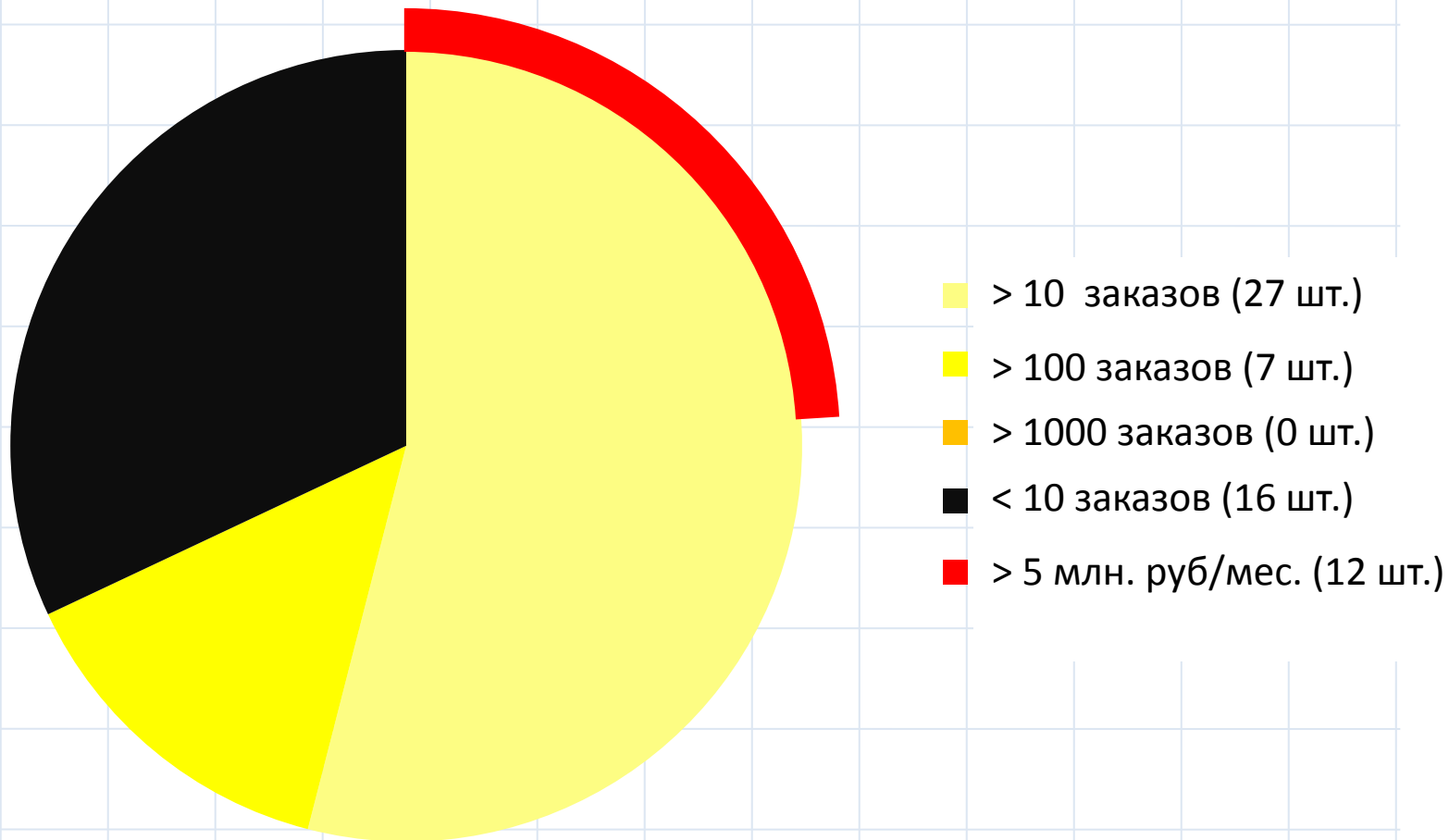
На рисунке сегменты соответствуют группам по размеру, а красная полосам вокруг диаграммы соответствует доле магазинов с оборотом более 5 миллионов рублей в месяц среди 50 крупнейших.

Товары для дома, мебель, DIY



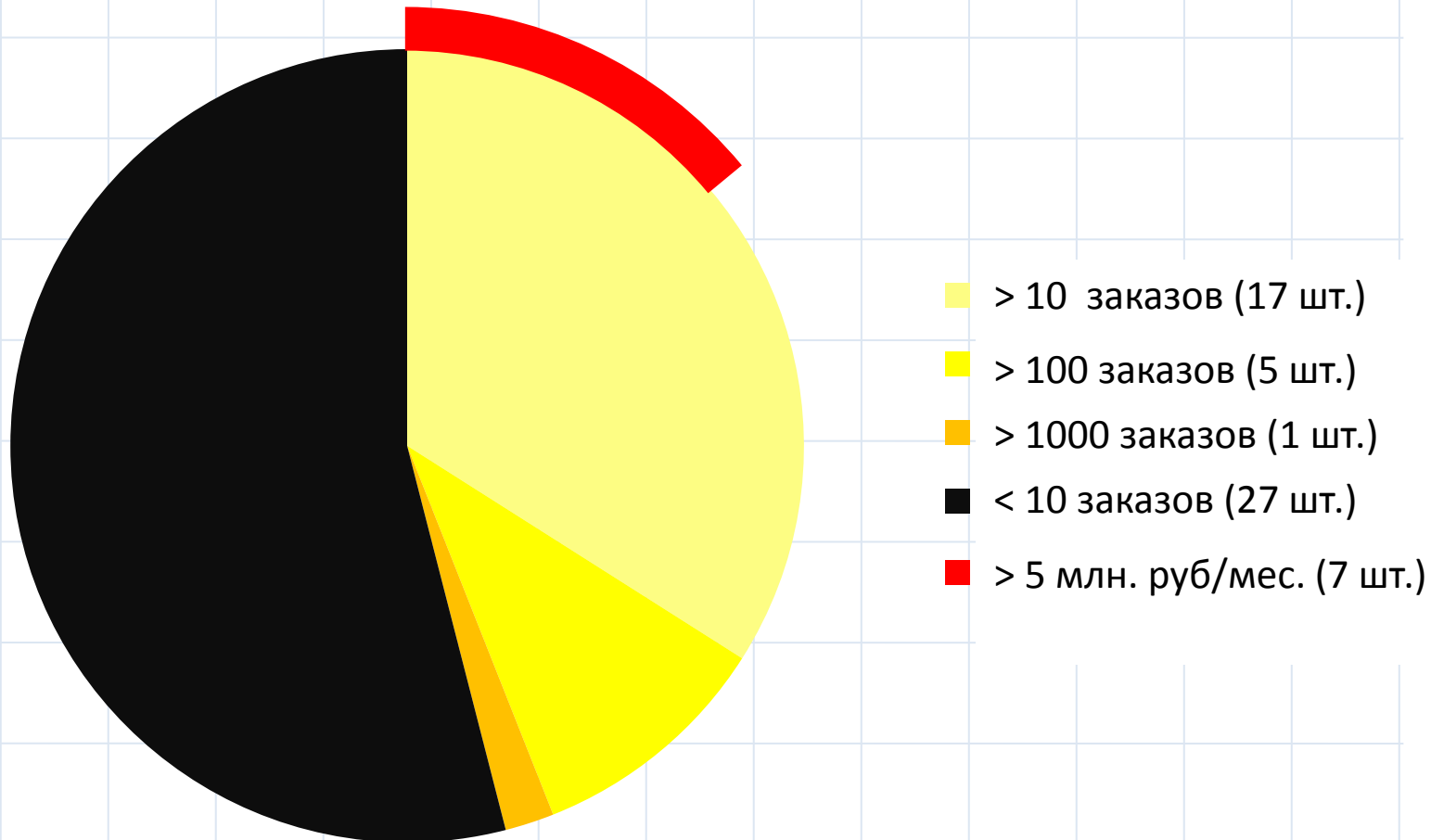
Много мелких магазинов, но высокий средний чек дает возможность даже при небольшом числе заказов выйти за пределы 5 миллионов рублей. Рынок свободный для новых игроков.

Косметика, парфюмерия



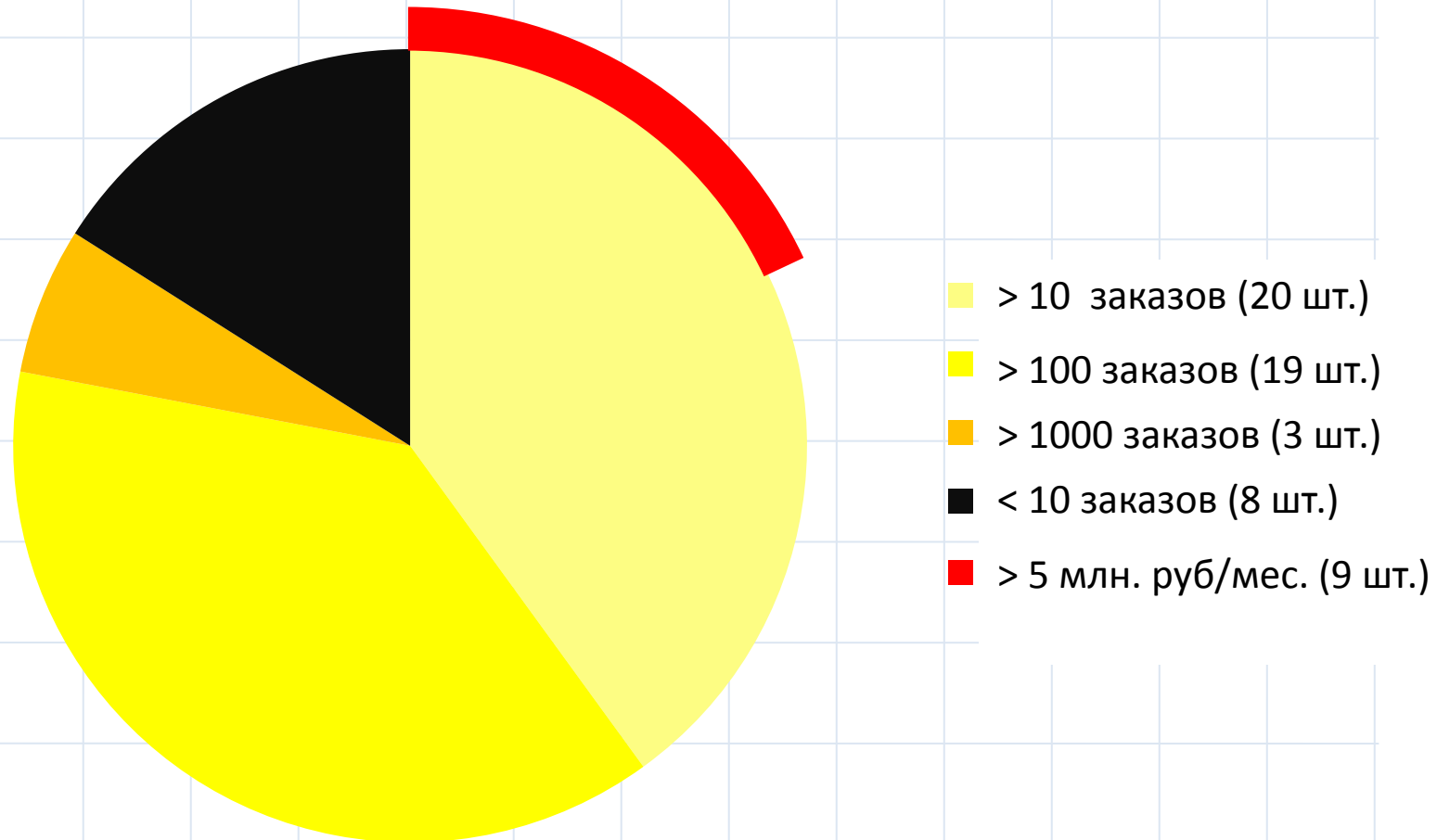
Нет лидеров. Маленький средний чек, отсюда очень мало магазинов с большим оборотом. Основной игрок на рынке (в top50 таких треть) – домашний магазин из одного человека, продающий нишевую косметику.

Продукты питания, доставка еды



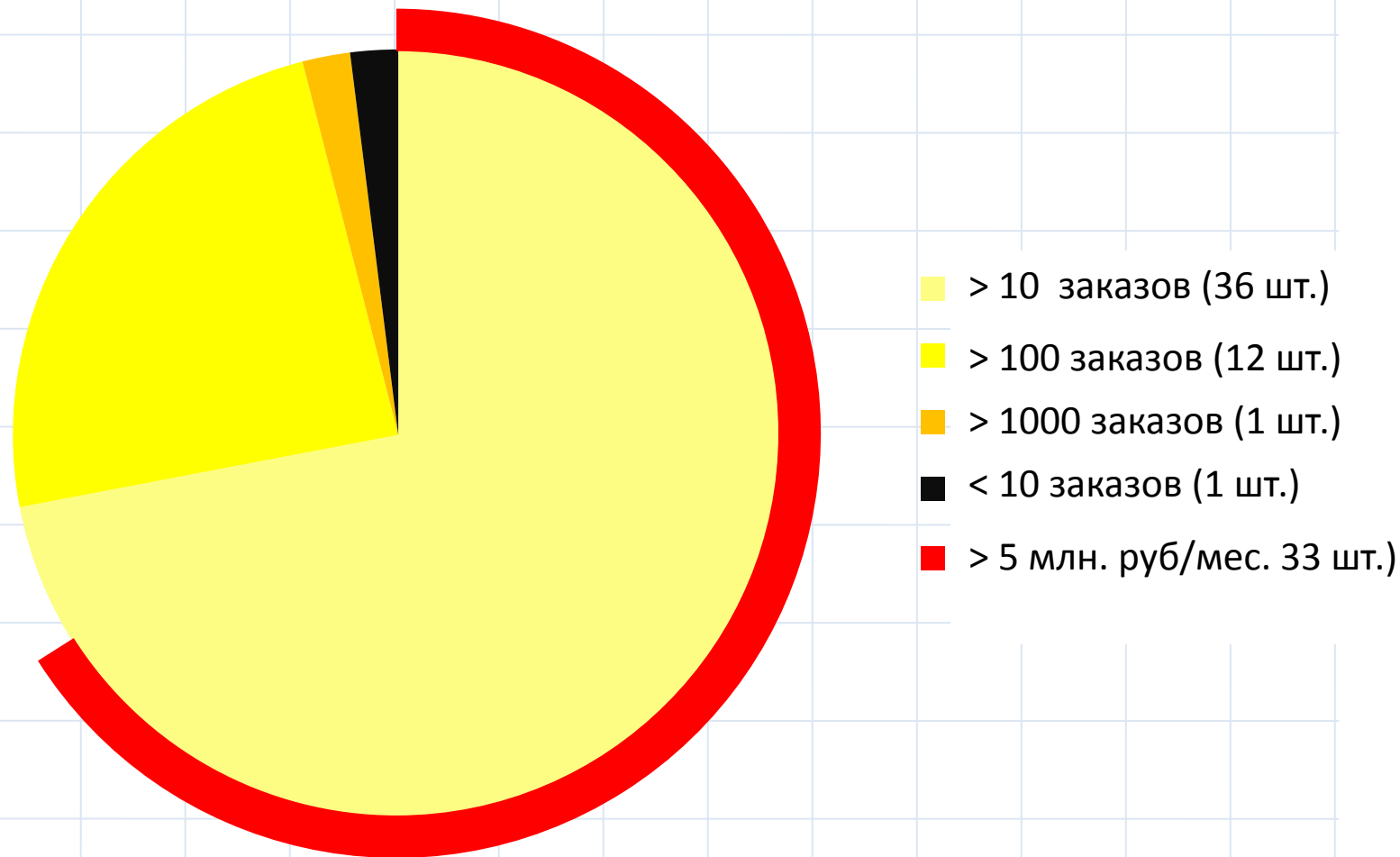
В доставке еды учитываем только интернет-заказы. Единственный лидер – Утконос. Нет ни лидеров, ни среднего сегмента, в основном экологические лавки. Сегмент продуктов питания практически пуст.

Книги



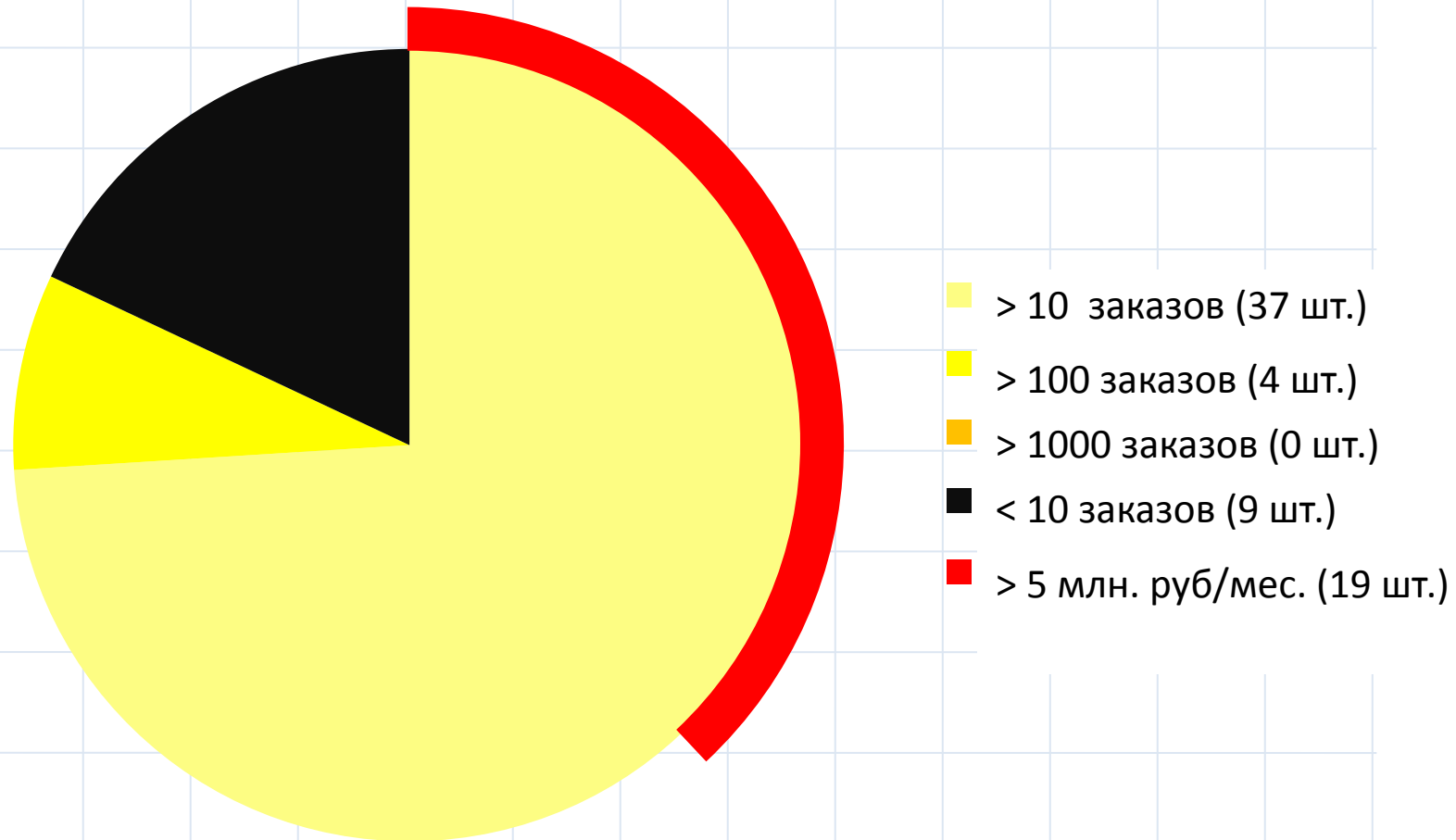
Маленький средний чек, особенно для электронных книг (причем таких магазинов совсем немного). За счет этого очень мало магазинов с большим оборотом.

Автозапчасти, шины, диски



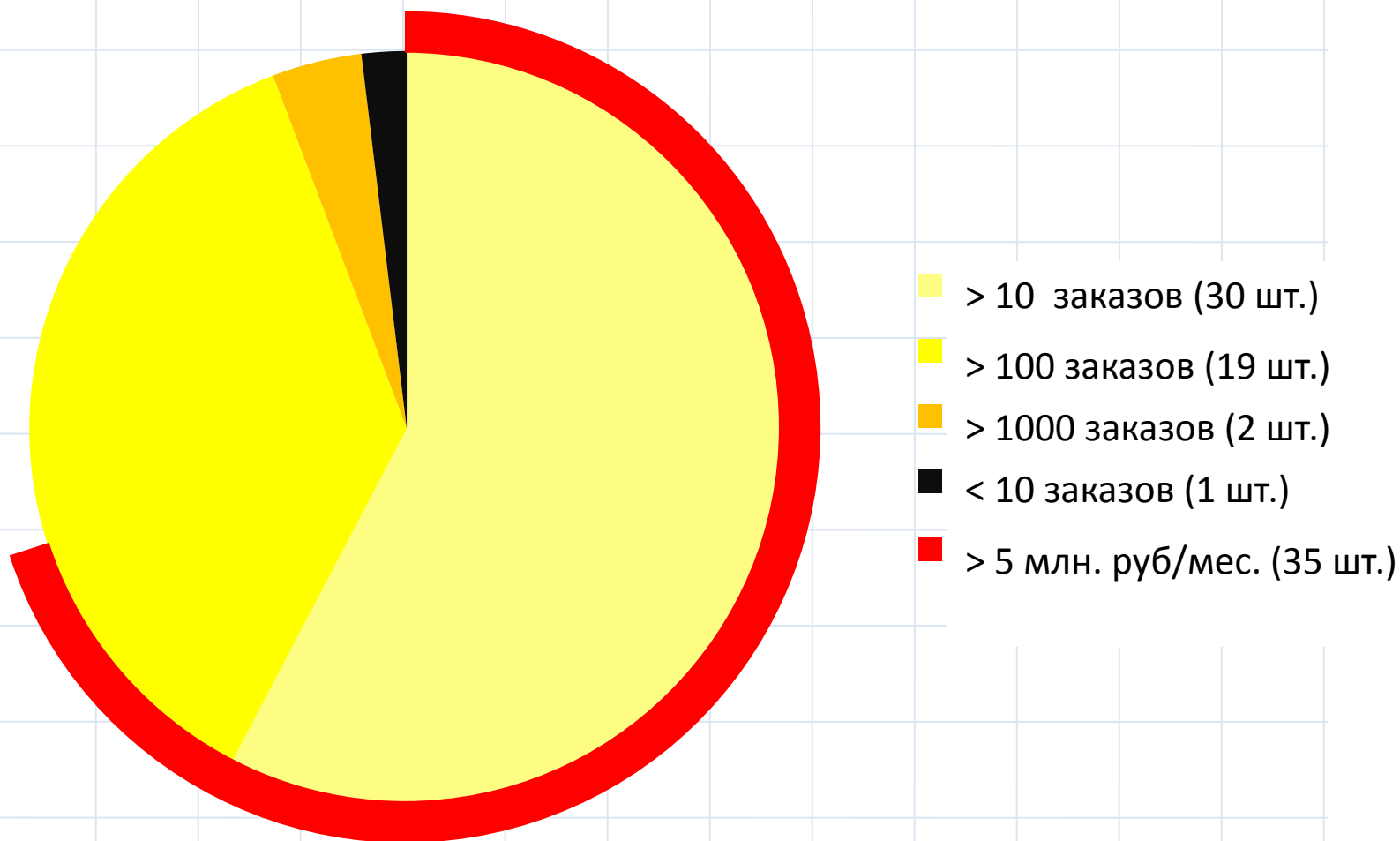
Высокий средний чек, большая доля корпоративных продаж (с большим чеком). Крупных онлайн-магазинов немного, в основном оффлайновые продавцы шин с онлайн-витриной и продажей.

Товары для спорта



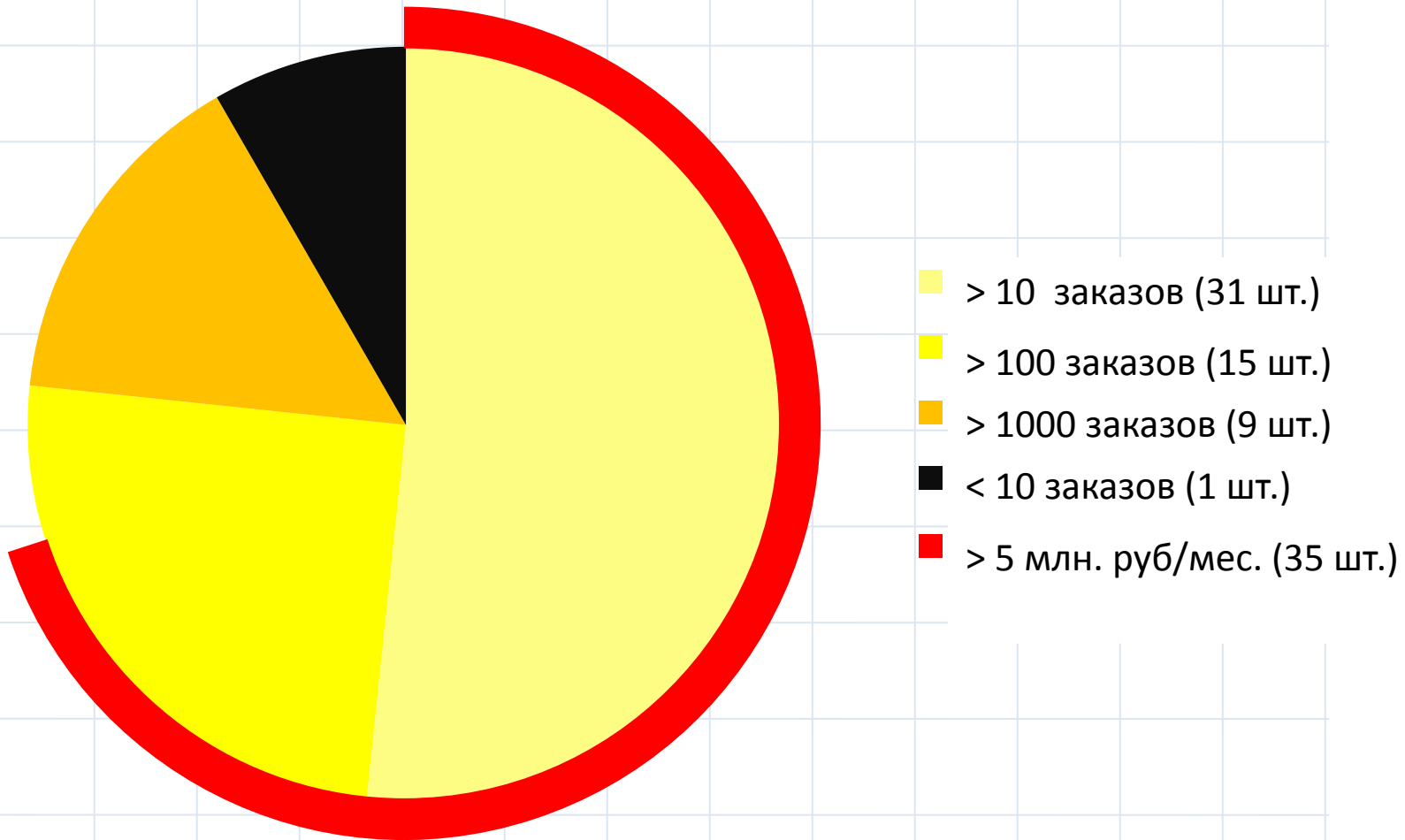
Нет больших магазинов, нет средних магазинов, большое количество специализированных небольших магазинов (часто витрин оффлайна), сегмент практически пуст и открыт для новых игроков.

Товары для детей



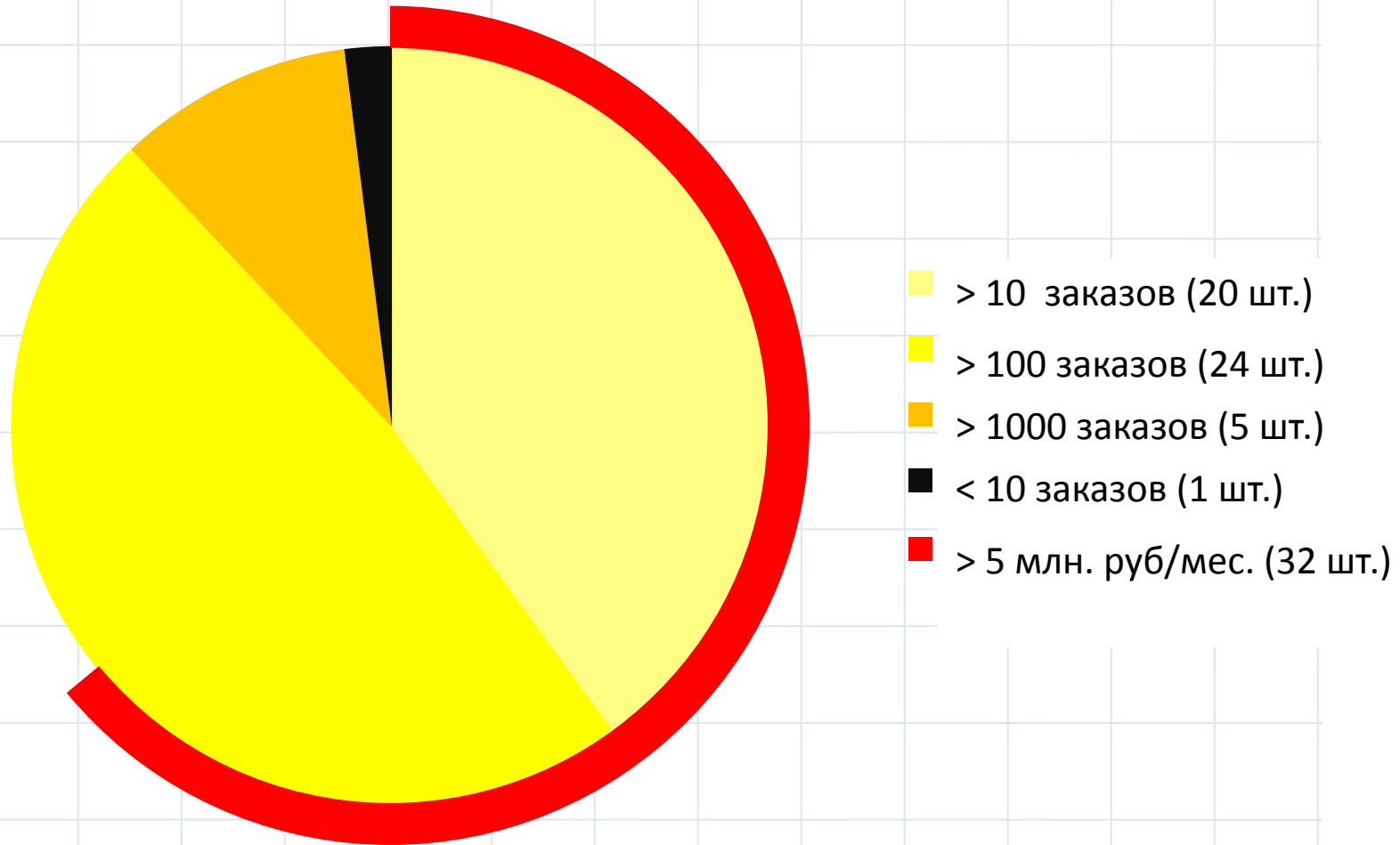
Два больших магазина, и еще 5 магазинов, которые очень близки к категории «более 1000» заказов. Много средних магазинов, много магазинов с высоким средним чеком. Рынок не пустой, хоть и растущий.

Одежда и обувь



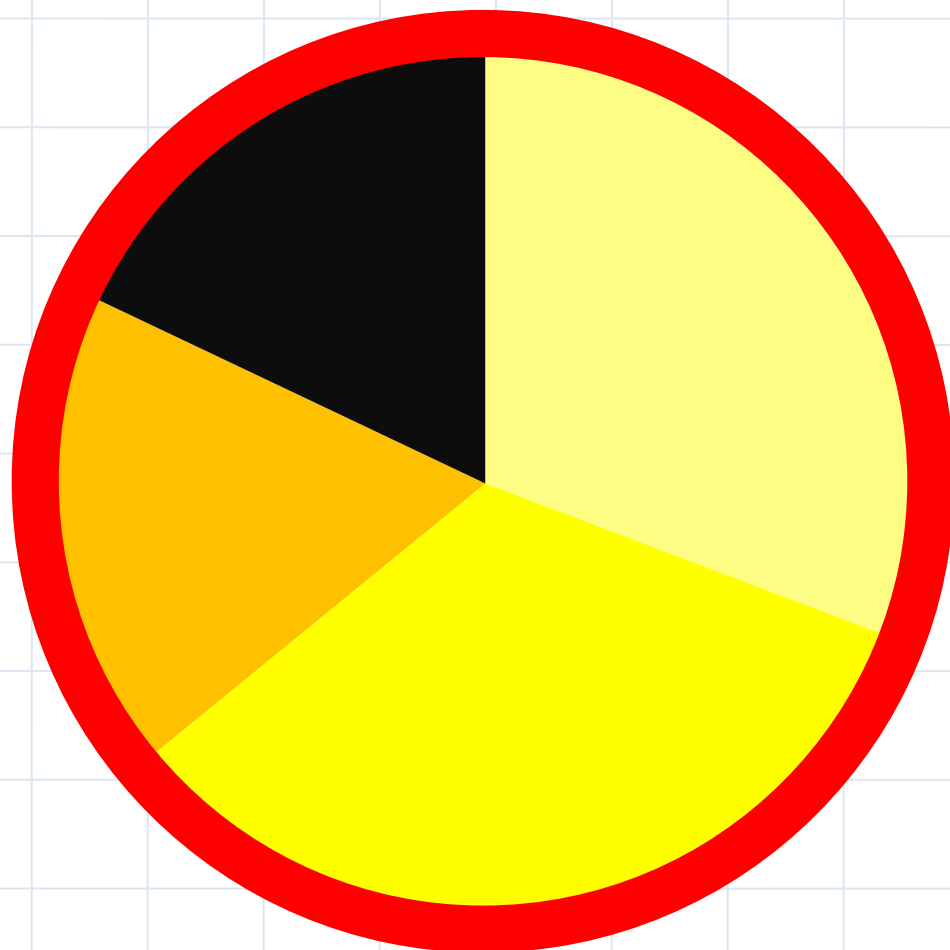
Много крупных магазинов, заметное количество средних и много маленьких нишевых магазинов с высоким средним чеком (чего нельзя сказать о лидерах). Однако, из-за широкого ассортимента, рынок открыт для новых игроков и ниш.

Гипермаркеты



Сегмент захватывается расширяющимися лидерами других рынков. Много средних игроков, большая повторность продаж даже при невысоком среднем чеке. Самый быстрорастущий сегмент.

Бытовая техника и электроника



- > 10 заказов (24 шт.)
- > 100 заказов (26 шт.)
- > 1000 заказов (14 шт.)
- < 10 заказов (14 шт.)
- > 5 млн. руб/мес. (50 шт.)

Очень высокий средний чек. Очень много больших магазинов, много средних магазинов. Много нишевых магазинов. За счет этих факторов – все магазины в топ50 имеют больше 5 миллионов рублей оборота. Рынок занят.

Что такое Data Insight?

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

Основное направление: исследования рынков электронной торговли в России и мире

Агентство основано в 2010 году

Федором Вириным и Борисом Овчинниковым



Где все это можно узнать:

a@datainsight.ru

+7 495 5405906

Еженедельно информация о е-commerce
в России и в мире.

Подписка: editor@datainsight.ru

Борис Овчинников

b@datainsight.ru

Федор Вирин

f@datainsight.ru

