

Интернет-торговля в России 2017

Цифры и факты



Data Insight

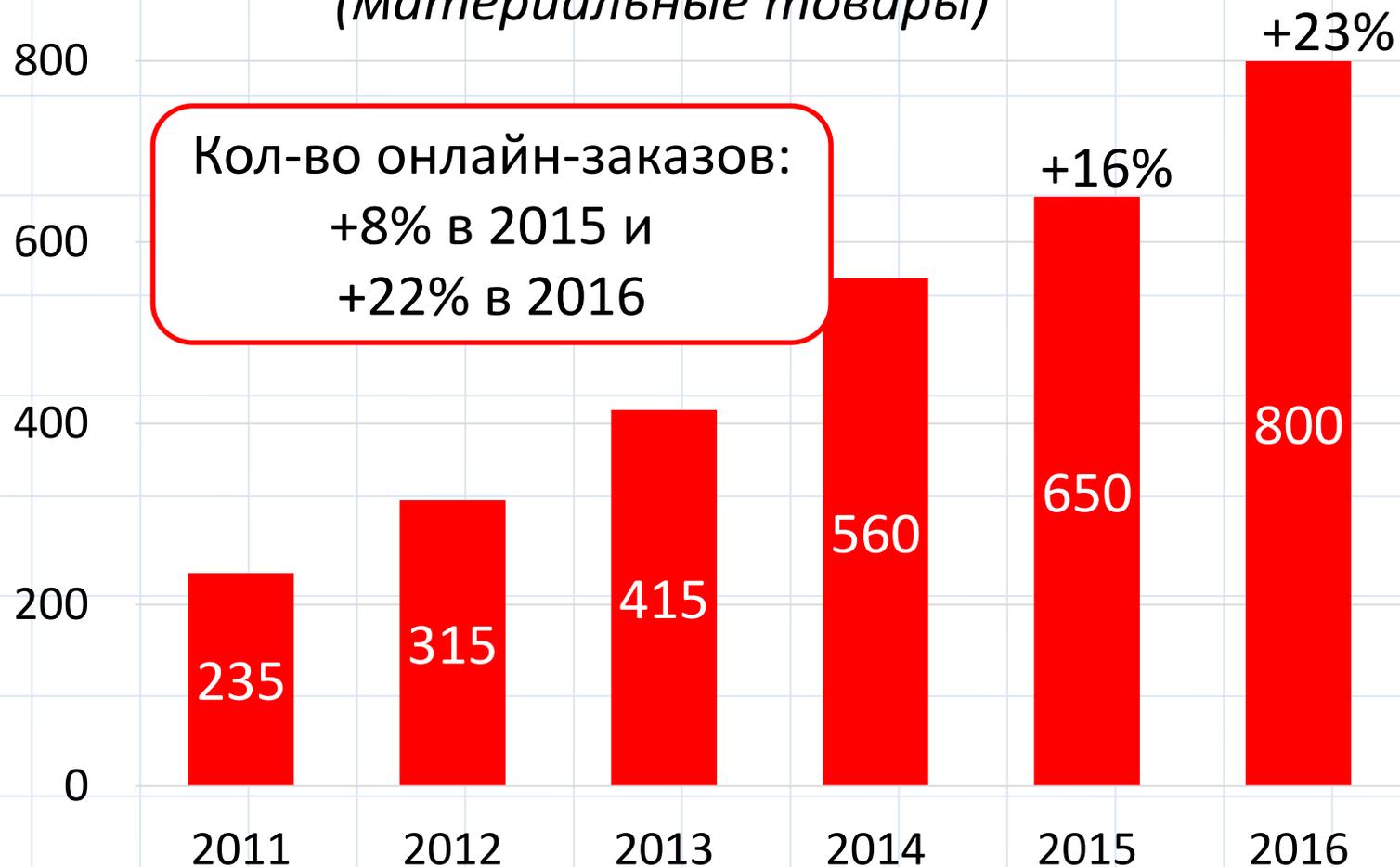
РИФ 2017

Размер рынка

Онлайн-продажи удвоились за 3 года

RUB Bn

*Внутрироссийские онлайн-продажи
(материальные товары)*



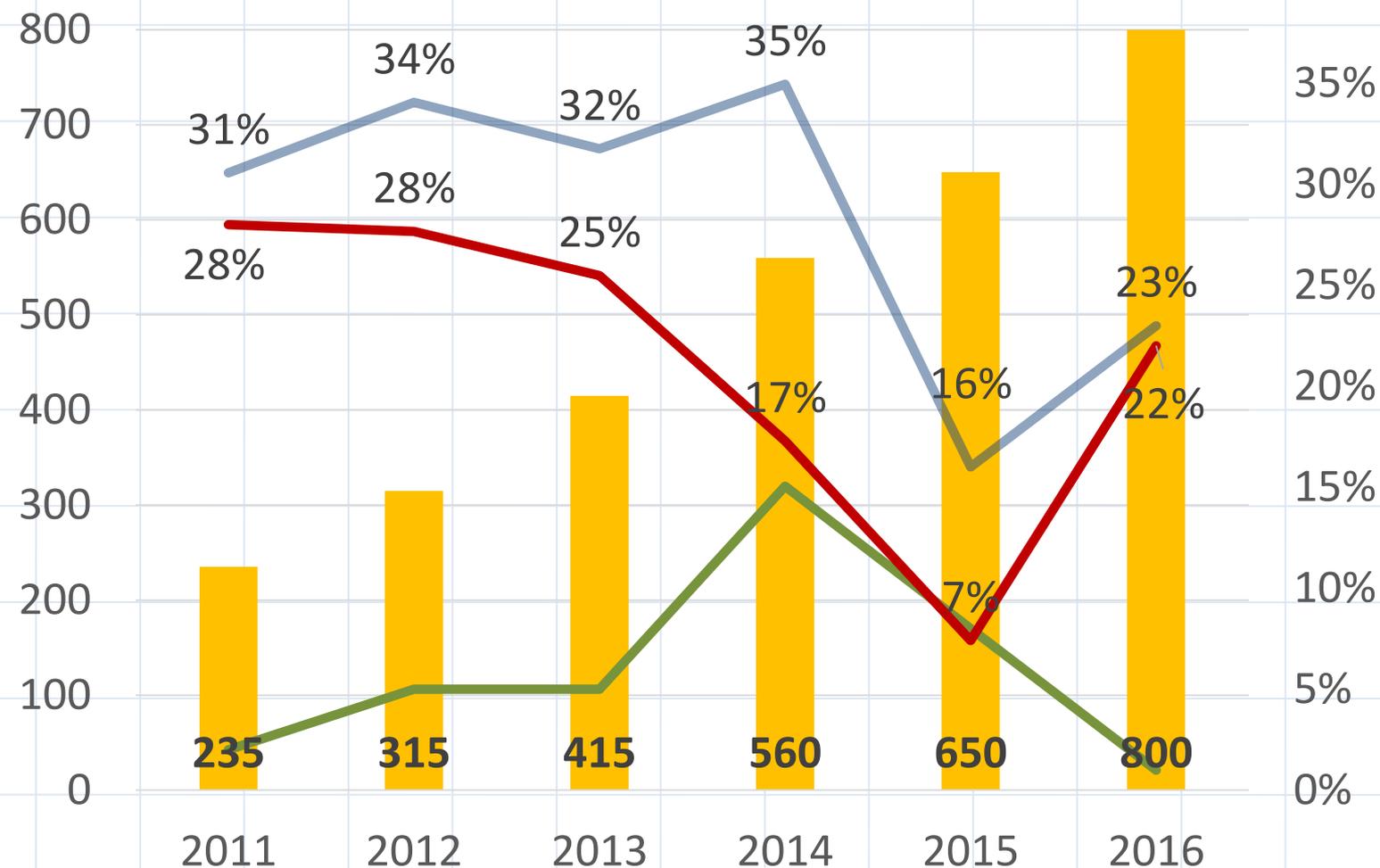
Кол-во онлайн-заказов:

+8% в 2015 и

+22% в 2016

Объем рынка: составляющие роста

Млрд руб.



■ онлайн-продажи

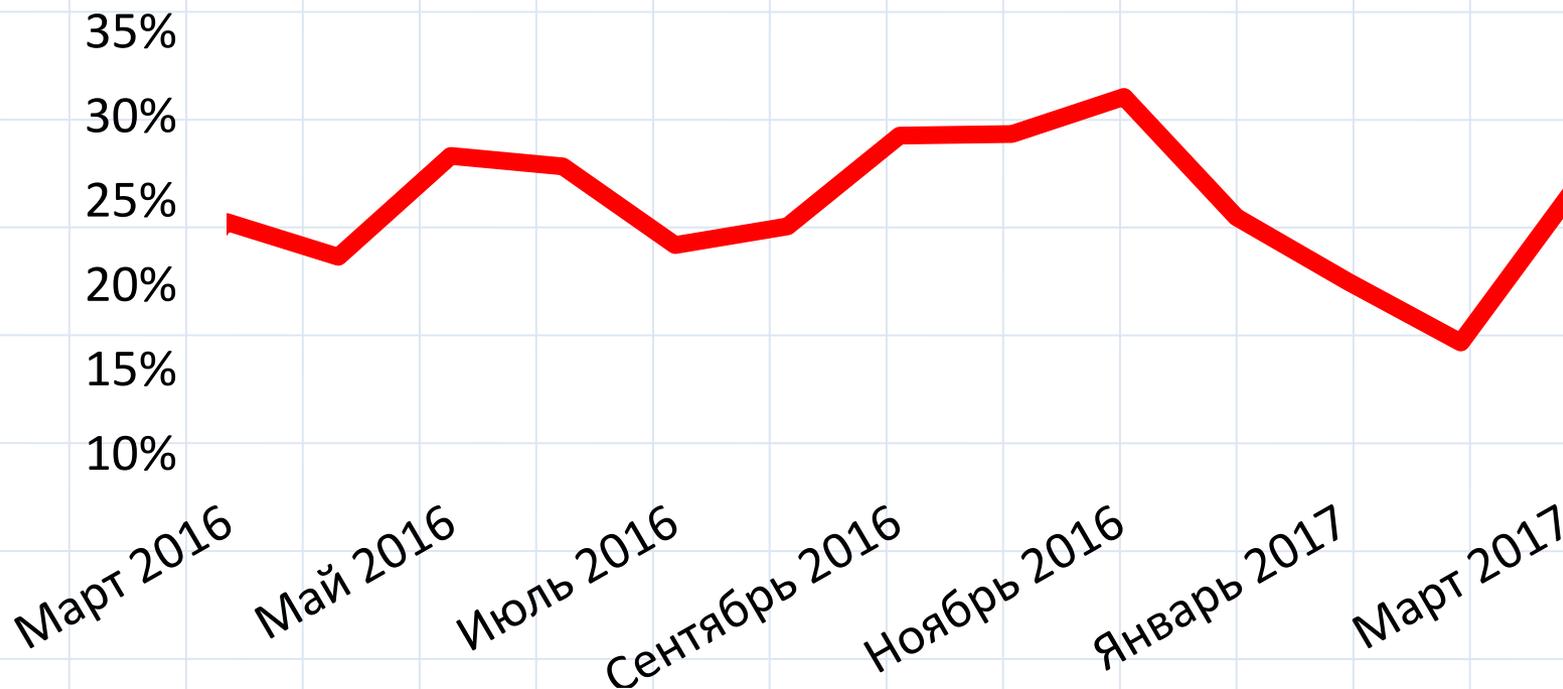
— рост среднего чека

— рост объема продаж

— рост кол-ва заказов

Первый квартал 2017

Рост числа заказов в российских интернет-магазинах,
в %% к аналогичному месяцу предыдущего года



- В целом за I квартал рост составил 21%
- Март – первое с ноября 2016-го ускорение роста
- В 2016 году рост колебался от +23% в I кв до +28% в IV кв

Что меняется на рынке

Что происходит

Рынок развернулся к росту: потребители адаптировались к кризису, их покупательское поведение вернулось к норме - как минимум, в интернет-торговле

Иностранные продавцы свернули активность на рынке - кроме китайских продавцов, которые выходят на рынок вместе с инфраструктурой и торгуют в том числе товарами из России

Что происходит

На рынке интернет-торговли в России новые типы игроков:

- агрессивные оффлайновые сети: много денег, наличие собственной аудитории, omni, как более эффективный канал
- универсальные магазины и маркетплейсы: бесконечная полка, огромная собственная аудитория, эффективный CRM

Что влияет на рынок

Рост мобильной аудитории (в том числе mobile-only). По итогам 2016 года: 16% продаж в целом по рынку через мобильные, >30% у большинства крупнейших магазинов

Качественный аутсорс логистики и фулфилмента (позволяет выйти на рынок компаниям без знаний и опыта работы).

Как итог: активно растут оффлайн-игроки

Что влияет на рынок

Рост опыта использования интернета

потребителями - основной драйвер роста рынка
сегодня

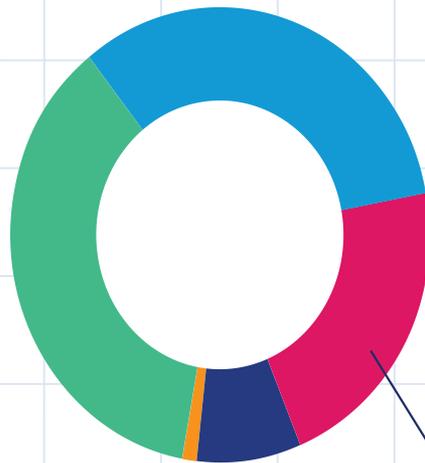
Рост доли банковских карт с бонусами разного
рода приводит к увеличению платежей по
картам и росту предоплаченных заказов

Мобильные покупки

Покупки с различных устройств

Пользователи смартфонов (76% опрошенных):
устройство, использованное ими для
последней по времени онлайн-покупки

- 37%  Ноутбук
- 33%  Десктоп
- 22%  Смартфон
- 8%  Планшет
- 1%  Голосом по телефону



36%

хотя бы раз за год покупали со смартфона

18%

всех онлайн-покупателей последнюю по времени покупку делали со смартфона

через приложение

через браузер

58%

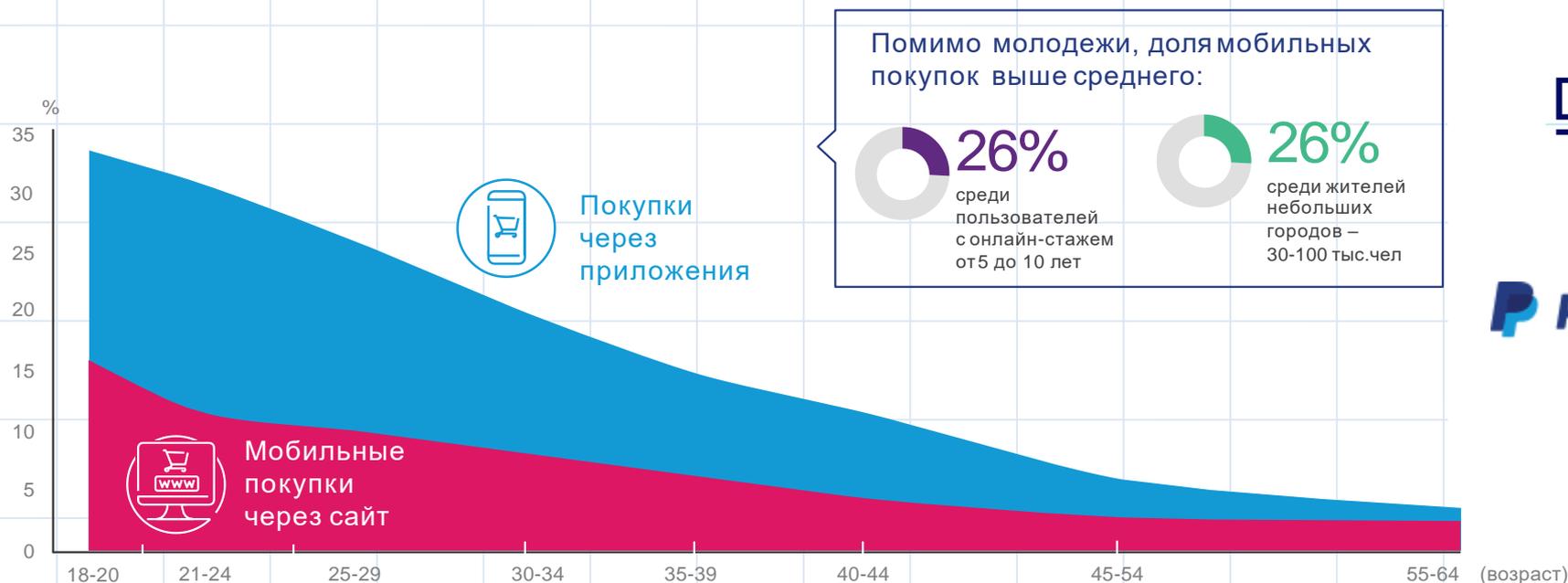
42%

DATA
insight



Мобильные устройства и возраст

Доля покупок со смартфона в зависимости от возраста



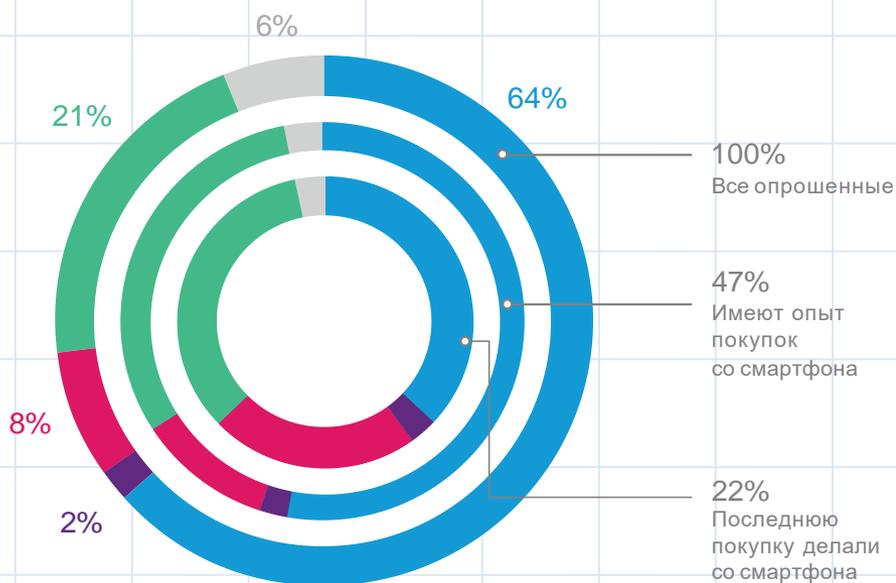
DATA insight

PayPal

Для молодежи до 25 лет смартфон – устройство №1 для онлайн-покупок

Необходимость, а не удобство

На Ваш взгляд, как удобнее совершать покупки в интернет-магазинах?



Удобнее с обычного ноутбука или компьютера



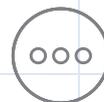
Одинаково удобно и со смартфона, и с обычного компьютера / ноутбука



Удобнее со смартфона



Одинаково неудобно и со смартфона, и с обычного компьютера / ноутбука



Затрудняюсь ответить

Для большинства по-прежнему удобнее покупки с «большого экрана»

DATA
insight



Розничный экспорт

datainsight.ru/CrossBorderExport

Розничный онлайн-экспорт

\$2,15 млрд (2016 год)

+32% за год

Средний чек ~ 5000 рублей

Материальные товары

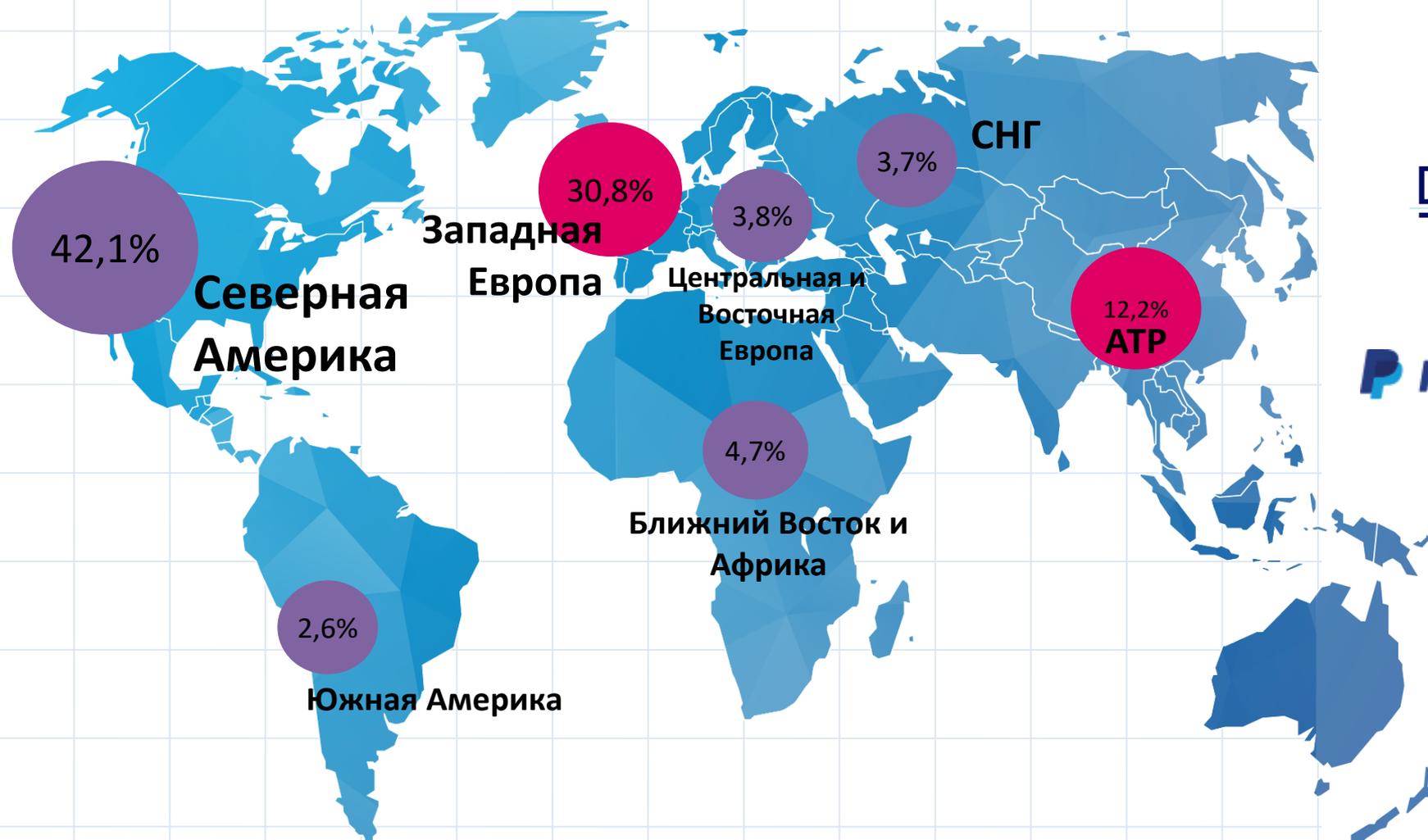
\$500 млн (23% розничного онлайн-экспорта)

~5% продаж российских ИМ

+ 100% за год



Куда продаем



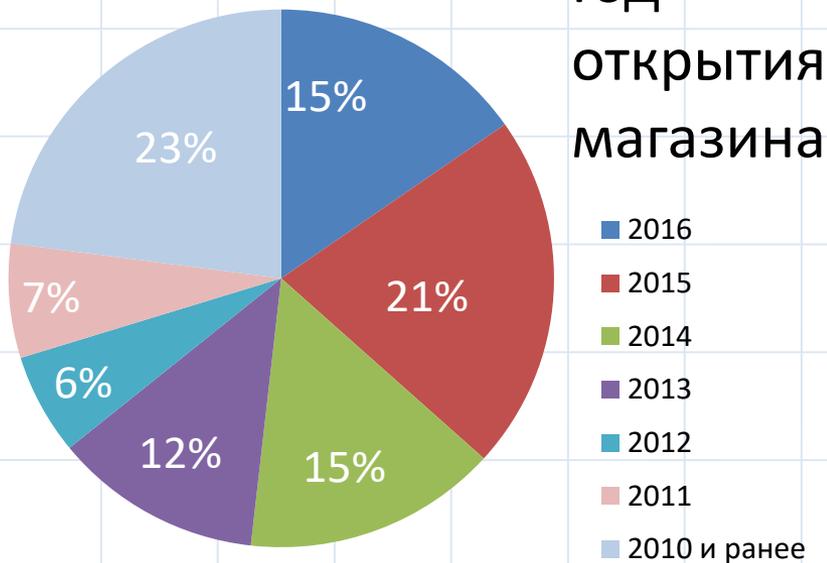
DATA
insight

PayPal

Совместное исследование PayPal и Data Insight «Розничный онлайн-экспорт»
Онлайн-опрос 2700 мерчантов и собственные данные PayPal и Data Insight

<http://datainsight.ru/CrossBorderExport2016>

Розничный онлайн-экспорт



51%

магазинов,
продающих товары
за рубеж,
открылись
в последние три
года

DATA
insight

PayPal

Сложности, названные продавцами: логистика и языковой барьер

	Москва	Регионы
Доставка за рубеж	34%	30%
Языковой барьер	22%	30%
Доверие к бизнесу из России	26%	24%
Разница часовых поясов	22%	21%
Прием платежей	22%	16%
Возврат товара	13%	8%
Завышенные требования иностранных клиентов	6%	8%

DATA
insight

PayPal

Совместное исследование PayPal и Data Insight «Розничный онлайн-экспорт»
Онлайн-опрос 2700 мерчантов и собственные данные PayPal и Data Insight
<http://datainsight.ru/CrossBorderExport2016>

Не хватает партнеров, знаний и упрощения законодательства

Чего не хватает вашему бизнесу для развития?	
Партнеров за рубежом	47%
Знаний зарубежного рынка и способов работы на нем	36%
Упрощения таможенного законодательства	27%
Упрощения законодательства, связанного с приемом платежей из-за рубежа	24%
Удобной инфраструктуры (логистика, платежи)	22%
Поддержки правительства	18%
Другое	17%

DATA
insight

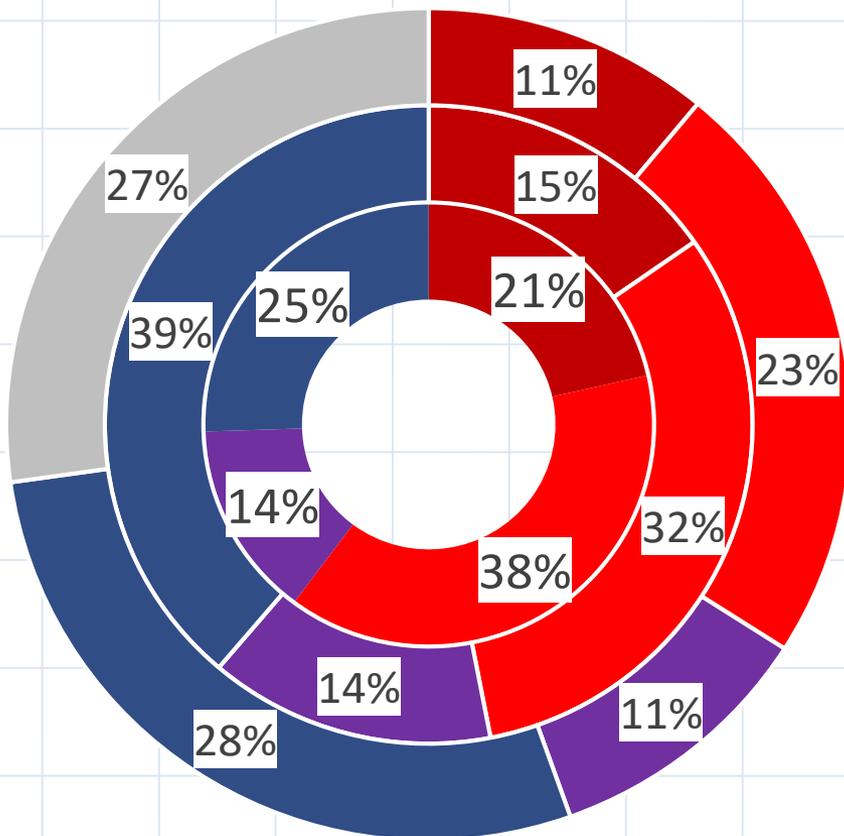
PayPal

Совместное исследование PayPal и Data Insight «Розничный онлайн-экспорт»
Онлайн-опрос 2700 мерчантов и собственные данные PayPal и Data Insight
<http://datainsight.ru/CrossBorderExport2016>

Онлайн-покупатели

Проникновение eCommerce

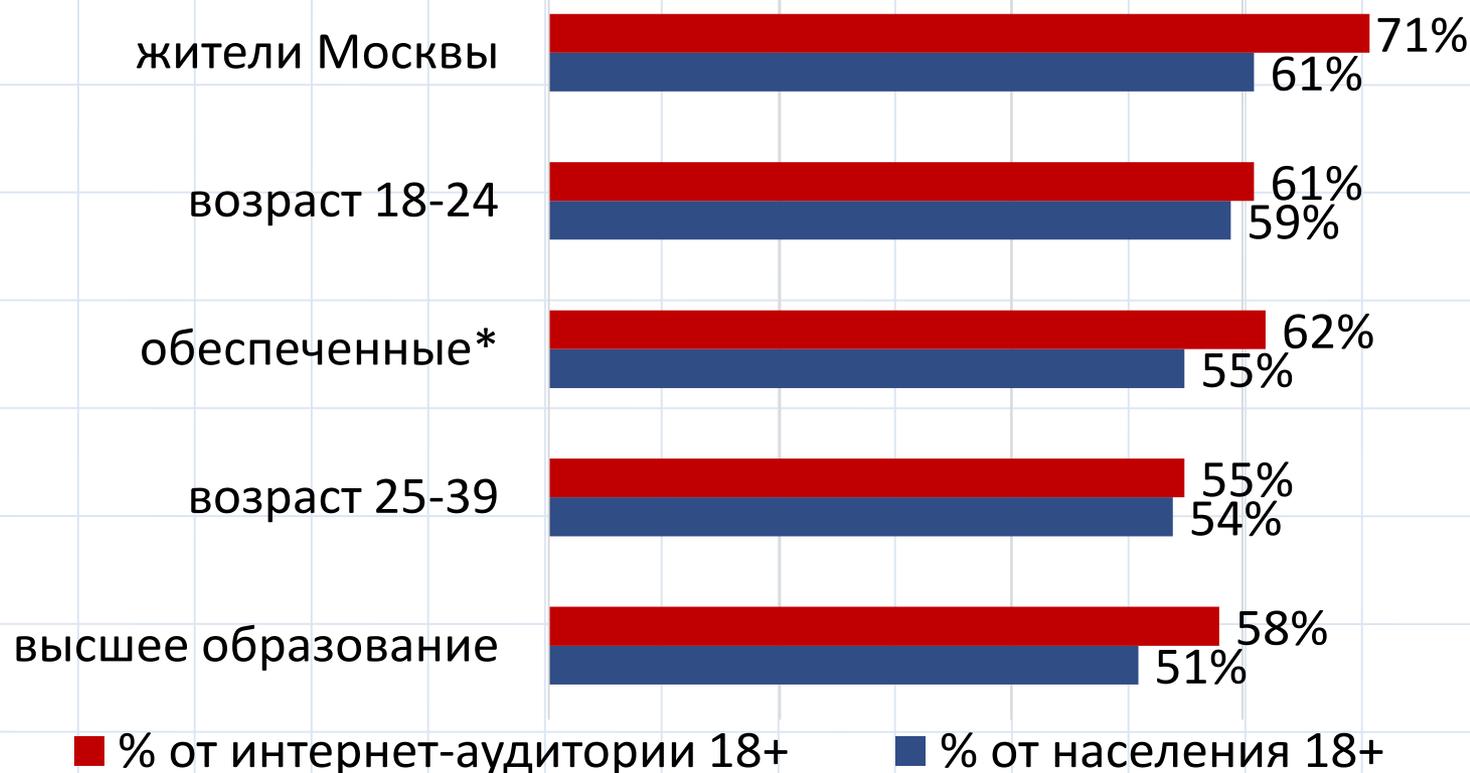
Три круга:
(1-внешний) население 18+
(2-средний) интернет-аудитория
(3-внутренний) ежедневная интернет-аудитория



- Покупают в онлайн - довольно часто
- Покупают в онлайн - считанное число раз
- Не покупают в онлайн - но планируют начать
- Не покупают в онлайн - и не планируют начать
- Не пользуются интернетом

Лидеры онлайн-покупок

Доля онлайн-покупателей



DATA
insight



Общероссийский опрос (18+) Левада-Центра. 1600 человек в 137 нас.пунктах.
9-12.09.2016. Статпогрешность 3,4%

* «обеспеченные» – самооценка материального положения от «можем себе позволить покупку товаров длительного пользования» и выше (28% опрошенных)

Отстающие

Доля онлайн-покупателей



Общероссийский опрос (18+) Левада-Центра. 1600 человек в 137 нас.пунктах.
9-12.09.2016. Статпогрешность 3,4%

* «малообеспеченные» – самооценка материального положения от «денег хватает только на еду» и ниже (16% опрошенных)

Структура роста аудитории

Среди потенциальных новых онлайн-покупателей (ответы «Нет, но планирую делать это в будущем»):

- 54% живет в малых городах и на селе
- 62% считает, что им хватает денег только на еду и одежду
- и еще 12% считают, что хватает денег лишь на еду
- 70% не имеют высшего образования
- 42% старше 40 лет
- зато 63% относятся к ежедневной интернет-аудитории

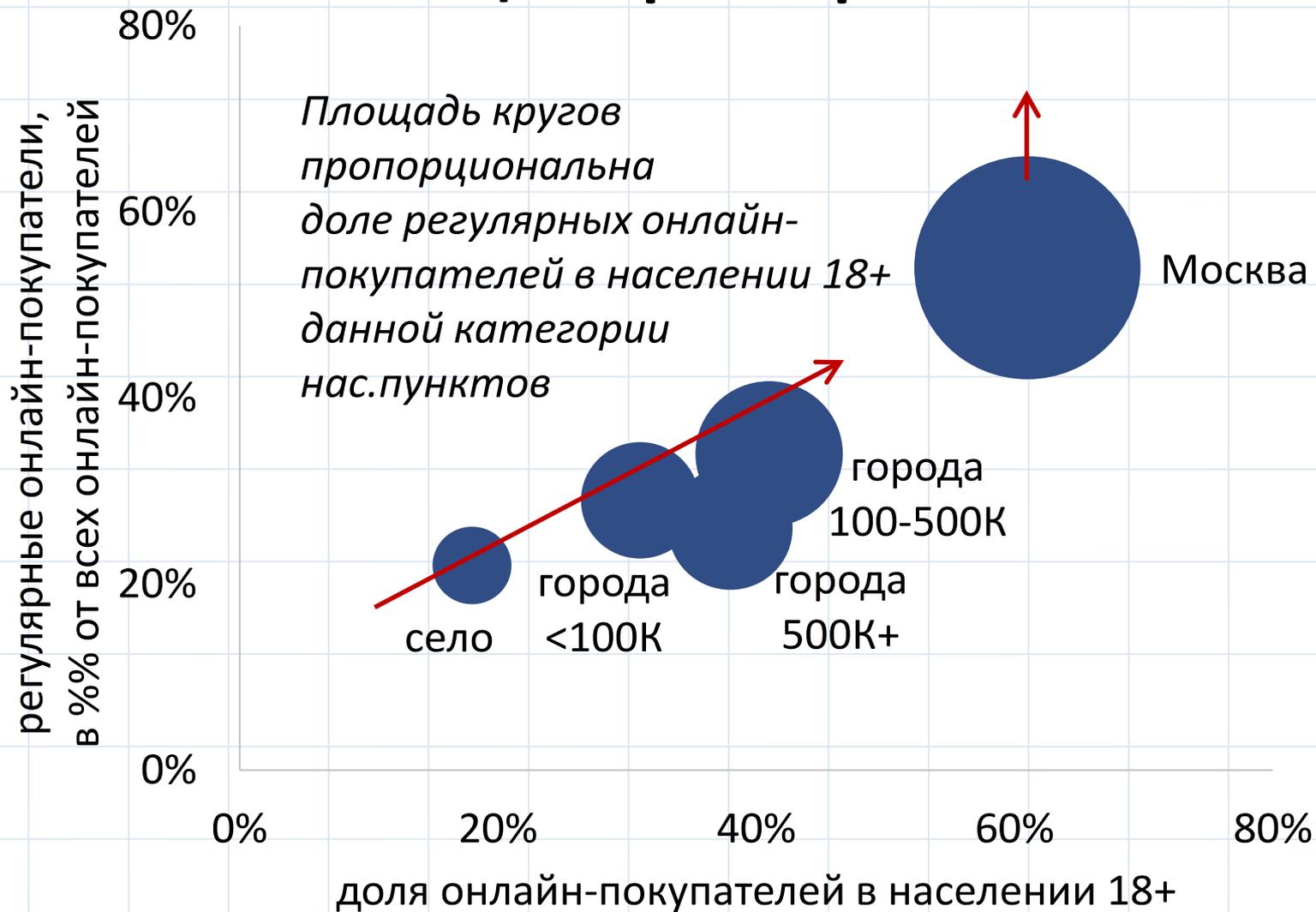
Потенциал роста рынка: частота

Где выше всего доля регулярных онлайн-покупателей (ответ «да, довольно часто») – если считать в %% от всех пользователей e-commerce?

- 54% (!) в Москве
- 40% среди наиболее обеспеченных
- 36-37% среди пользователей моложе 40 лет
- 32% в среднем
- только 20% среди 40-59-летних



Потенциал роста рынка: частота



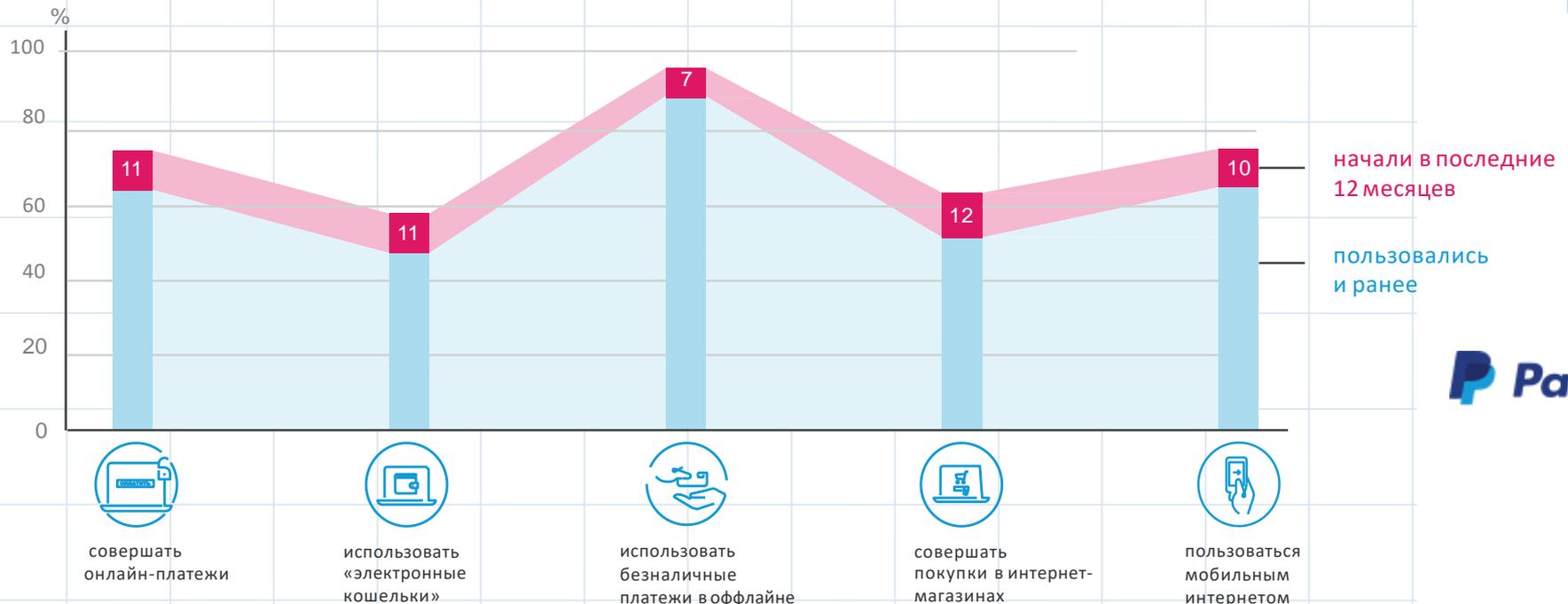
Платежное поведение

datainsight.ru/PayPal2017

Рост продолжается

Новые практики: от 7% до 12% интернет-пользователей говорят, что они только в последние 12 месяцев начали...

DATA
insight

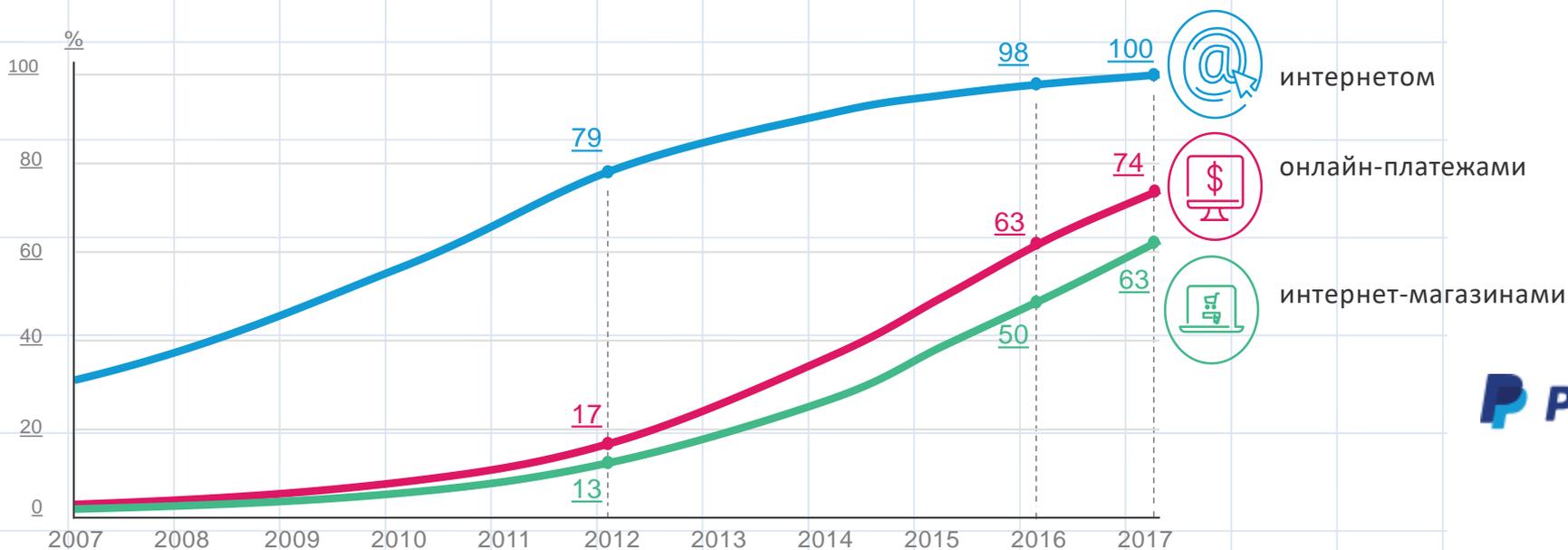


PayPal

Онлайн-платежи и покупки охватывают все большую часть интернет-аудитории

Как давно Вы начали пользоваться...?

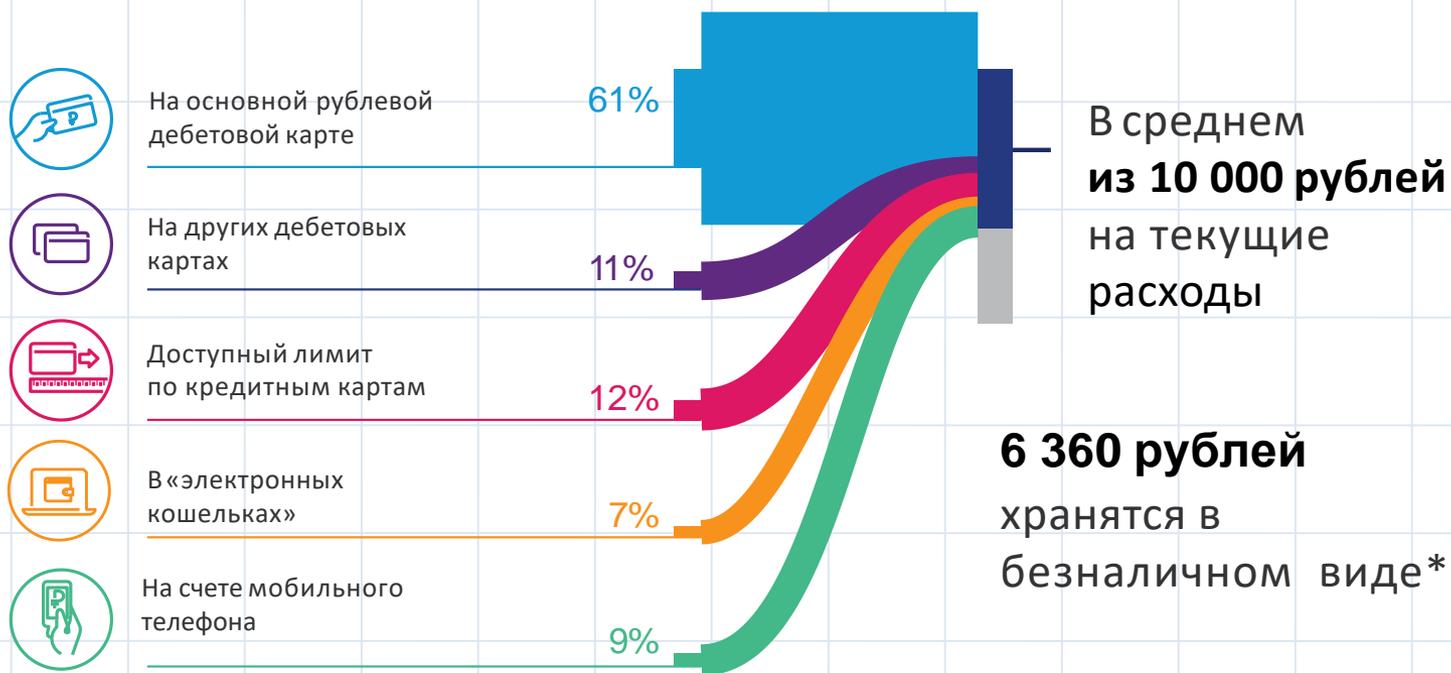
DATA
insight



PayPal

Распределение респондентов по стажу пользования, накопленным итогом

Только треть денег на текущие расходы - наличные



DATA
insight

PayPal

* в 2016 году 6 250 рублей,
в 2015 году 6 180 рублей

P2P переводы активно растут

Пользовались p2p-переводами



75%



Отправляли денежные онлайн-переводы



69%



Получали денежные онлайн-переводы



56%

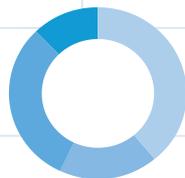


12%

раз в неделю и чаще

31%

один или несколько раз в месяц



39%

несколько раз в год и реже

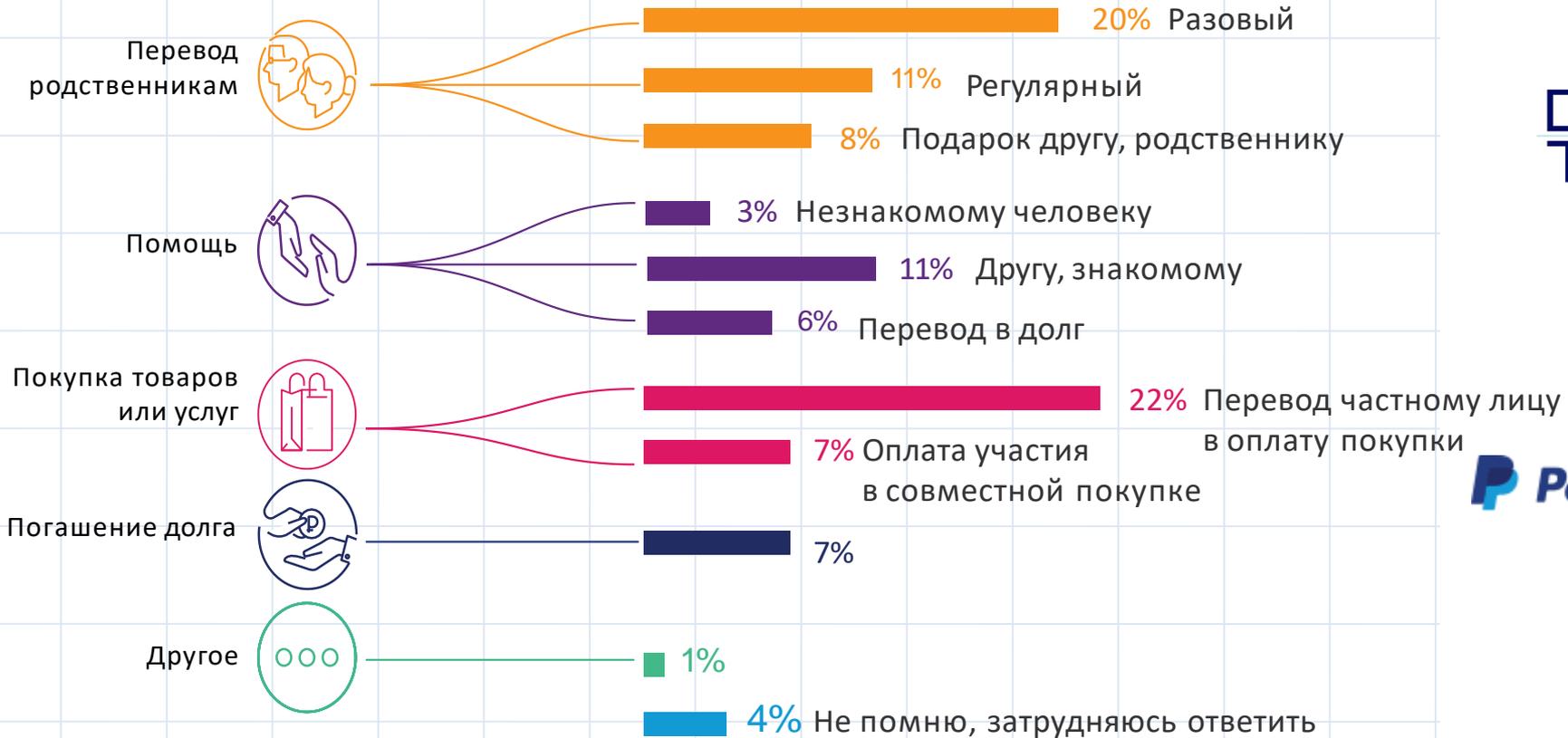
18%

раз в два-три месяца

DATA
insight

PayPal

За что мы отправляем деньги



Логистика для интернет торговли

logistics.datainsight.ru/opinion16

Логистические компании

- **210** компаний в России, занимающихся логистикой для интернет-магазинов, как основным бизнесом
- **50** крупнейших компаний занимают 2/3 рынка
- **66%** магазинов: аутсорс магистральной доставки
- **54%** магазинов: аутсорс последней мили
- **15%** магазинов: аутсорс работы с поставщиками
- **>50%** магазинов: от 2 до 5 логистических подрядчиков

Тренды в логистике

- Рост влияния IT-систем в логистике
- Рост спроса на перевозки внутри одного региона и между регионами, минуя хабы в Москве
- Сети пунктов выдачи заказов как новый обязательный атрибут логиста (и магазина)
- Консолидация рынка
- Логист как «универсальный солдат». Клиентоориентированность
- Сокращение сроков доставки в регионах вокруг Москвы

Покупатели и логистика

- Не рабочее время и узкий интервал доставки – важнейшие требования покупателей
- 94% магазинов отслеживают качество работы логистов. Лояльность к логистам – в прошлом
- ...но покупатели, по-прежнему, не отслеживают
- Заказ, доставленный вовремя, важнее срочной доставки
- Покупатели, по-прежнему, не готовы платить за доставку
- Доставка на следующий день – важнейший фактор развития интернет – торговли в регионах

Доставка: ПВЗ и постаматы

logistics.datainsight.ru/pvz

Ключевые цифры

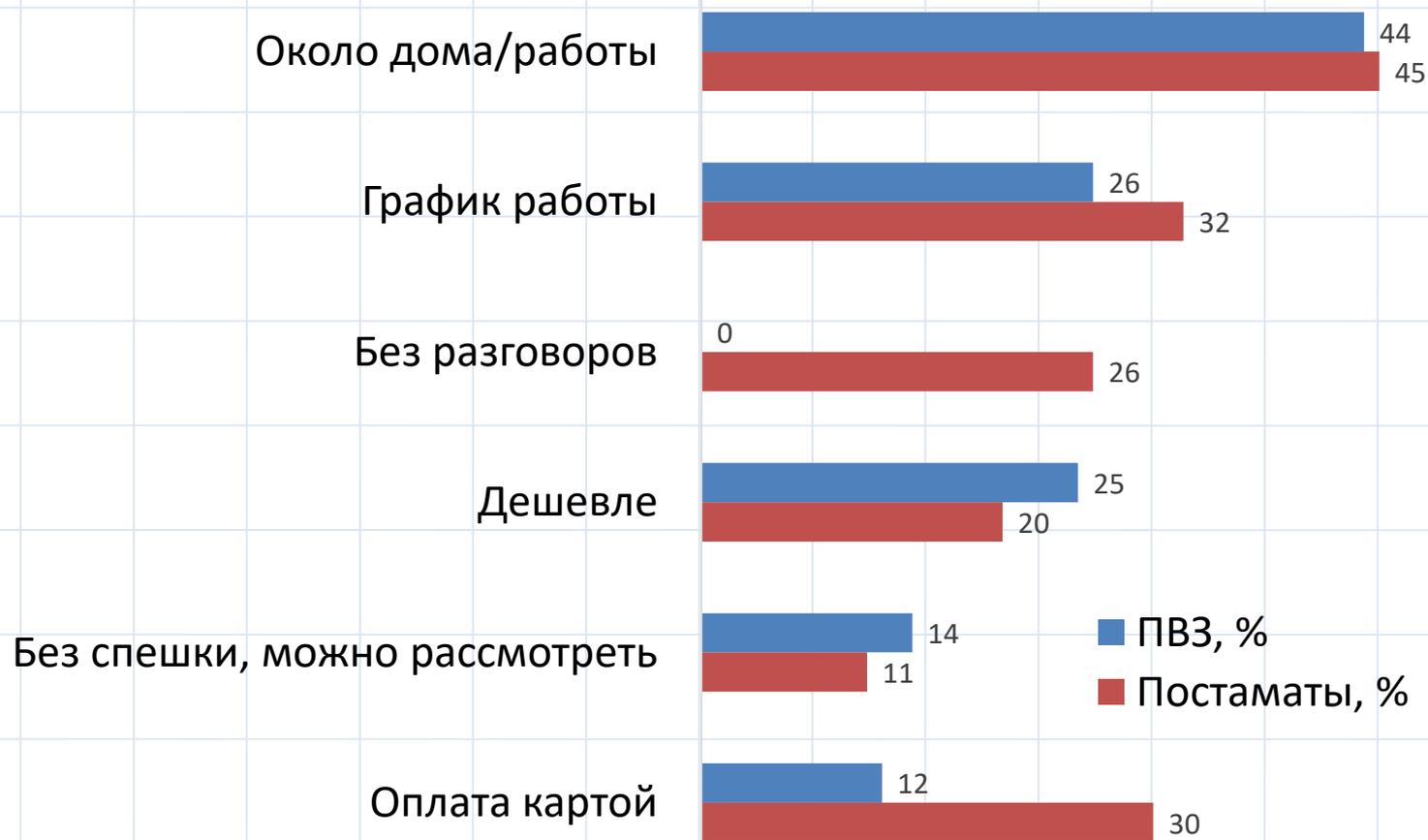
на январь 2017 года

- 41 919 отделений Почты России (из них 24% - городские, остальные – сельские и поселковые)
- 6000 неспециализированных пунктов выдачи (салоны сотовой связи)
- 3000 точек у специализированных компаний (+100% рост за 2016 год)
- 850 постаматов
- 29 миллионов заказов в сторонние ПВЗ (15% от рынка) за 2016 год.

DATA
insight

 PickPoint

Причины выбора ПВЗ/постамата



Топ 100 интернет-магазинов

datainsight.ru/top100

Доля топ-100: 69%



ОНЛАЙН-ПРОДАЖИ,
МЛН РУБ.

ЗАКАЗЫ, ТЫС.

СРЕДНИЙ ЧЕК

#	+/-	МАГАЗИН	ОНЛАЙН-ПРОДАЖИ, МЛН РУБ.		ЗАКАЗЫ, ТЫС.		СРЕДНИЙ ЧЕК	
			2016	Рост в %	2016	Рост в %	2016	Рост в %
1	+1	WILDBERRIES.RU одежда обувь и аксессуары	45 600	+43%	29 000	+37%	1 570	+4%
2	1	ULMART.RU универсальные магазины	38 800	+6%	7 820	+6%	4 970	0%
3	-	CITILINK.RU универсальные магазины	31 600	+30%	3 230	+16%	9 790	+12%
4	-	MVIDEO.RU электроника и техника	25 900	+27%	1 900	+21%	13 620	+5%
5	+1	ELDORADO.RU электроника и техника	23 200	+38%	3 900	+56%	5 960	-12%
6	+5	LAMODA.RU одежда обувь и аксессуары	22 300	+39%	5 870	+33%	3 800	+4%
7	+2	OZON.RU универсальные магазины	18 000	+20%	5 700	+24%	3 160	-3%
8	3	EXIST.RU автозапчасти и автоэлектроника	17 800	+3%	6 100	-8%	2 920	+12%
9	2	SVYAZNOY.RU электроника и техника	15 400	-8%	1 460	-15%	10 550	+9%
10	2	KUPIVIP.RU одежда обувь и аксессуары	15 100	-9%	1 400	-21%	10 760	+15%

DATA
 insight

Динамика Топ100

- 89 из 100 увеличили объем онлайн-продаж
- 84 из 100 выполнили больше заказов, чем в 2015 г.
- 49 смогли увеличить и количество заказов, и средний чек
- Большинство выросло:
 - более чем на 1/3 по заказам
 - более чем на 38% в деньгах

Типы магазинов

Распределение онлайн-продаж (данные по топ-300) по категориям ИМ



Сравнение динамики

Рост объема онлайн-продаж (данные по топ-300) по категориям ИМ, 2016/2015



О Data Insight

Первое в России агентство, специализирующееся на исследованиях и консалтинге в области eCommerce и других интернет-рынков

Основано в 2010 г.

Узнать больше:

a@datainsight.ru

+7 495 5405906

www.slideshare.net/Data_Insight

www.facebook.com/DataInsight

www.datainsight.ru

