



Market watch



**Обзор российского рынка
электронной коммерции: интернет-
торговля в 2013 г.**

Июль 2014 г.

Компания J'son & Partners Consulting представляет краткие результаты исследования сегмента интернет-торговли в электронной коммерции Российской Федерации.

Объем рынка электронной коммерции по итогам 2013 г. превысил 2 трлн руб. При этом доля услуг составила 53% или 1,08 трлн руб., доля физических товаров – 42% или 872,4 млрд руб., доля нефизических товаров – 5% или 108,6 млрд руб. Самым быстрорастущим сегментом рынка электронной коммерции является интернет-торговля, объем которой вырос до 537 млрд руб. в 2013 г.; этот сегмент рос в среднем на 42,2% в год на протяжении последних 5 лет.

Определения

Электронная коммерция – сегмент экономики, охватывающий финансовые и торговые транзакции, проводимые с помощью компьютерных сетей, в том числе через Интернет.

Электронная коммерция, как правило, включает в себя, по крайней мере одну из следующих операций, осуществляемых дистанционно: оплату или заказ товаров и услуг с последующим их получением. Посредством электронной коммерции приобретаются:

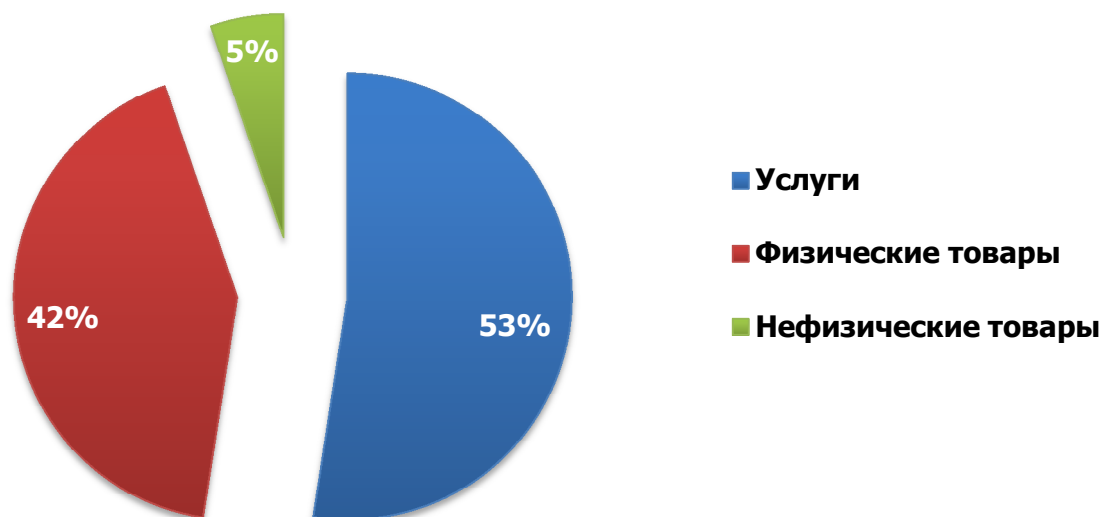
- ♦ услуги интернет-доступа, телефонии, платного телевидения, ЖКХ и другие;
- ♦ физические товары, приобретаемые через интернет-магазины (онлайн-торговля) и MLM-сети (реализация товаров и услуг, основанная на создании сети независимых дистрибьюторов), каталоги;
- ♦ нефизические товары (онлайн-игры, билеты и другие), приобретаемые через интернет-магазины, социальные сети и т.п.

Интернет-торговля – процесс реализации физических и нефизических товаров посредством специализированных электронных площадок, предоставляющих дистанционное оформление заказа.

Российский рынок электронной коммерции 2013 г.

Общий объем рынка электронной коммерции в России по итогам 2013 г. превысил 2 трлн руб. Прирост по отношению к 2012 г. составил 23%. Более половины рынка приходится на сегмент услуг.

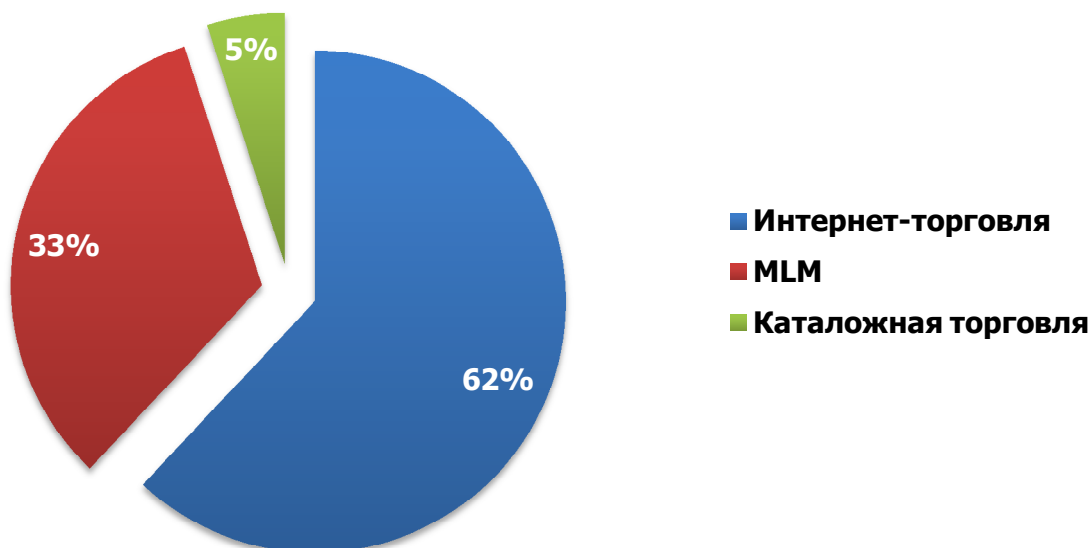
Рис. 1. Структура рынка электронной коммерции Российской Федерации в 2013г.



Источник: J'son & Partners Consulting

Сегмент физических товаров превысил 850 млрд руб. в 2013 г. В структуре сегмента доминирует интернет-торговля (онлайн-магазины). Объем интернет-торговли составил 537 млрд руб. по итогам 2013 г.

Рис. 2. Структура сегмента физических товаров рынка электронной коммерции Российской Федерации в 2013 г.



Источник: J'son & Partners Consulting

По оценкам экспертов J'son & Partners Consulting, в 2013 г. объем прямых и венчурных инвестиций в российскую интернет-торговлю составил около 442 млн руб. Наблюдается сокращение прямых инвестиций в отрасль по сравнению с 2012 г.

География интернет-торговли

В географической структуре рынка доминирует Московский регион, на который приходится около 40% всех покупок. В Топ-5 городов также вошли Санкт-Петербург, Екатеринбург, Новосибирск, Челябинск.

Потребительские предпочтения

В России наиболее популярными товарами являются бытовая техника и электроника. Российские интернет-покупатели предпочитают курьерскую доставку на дом и оплату наличными. Средний уровень чека составляет 25 575 руб. в год. Россияне предпочитают изучать товар в Интернете и в оффлайн-магазине перед покупкой в онлайн-магазине. Большинство потребителей сталкивались с кредитованием для покупки необходимых товаров в интернет-магазинах. Социальные сети не являются популярным ресурсом для покупки товаров в России.

Зарубежные интернет-магазины

Доля покупок в иностранных магазинах в общей структуре онлайн-торговли составляет 10%. Основными ресурсами для покупок выступают англоязычные интернет-магазины, в том числе магазины, предлагающие товары китайских производителей. Россияне в зарубежных магазинах приобретают в основном одежду и обувь. Главным препятствием к покупкам в зарубежных магазинах является языковой барьер. Dostami и ShopoTam – крупнейшие сервисы доставок товаров из иностранных интернет-магазинов.

По итогам 2013 г. рынок электронной коммерции в денежном выражении превысил 2 трлн руб (+23% к 2012 г.) По прогнозу аналитиков J'son & Partners Consulting, к 2018 г. объем электронной коммерции увеличится до 4 трлн руб. Доля интернет-торговли в общей структуре рынка электронной коммерции составила 25% или 537 млрд руб (+40% к 2012 г.). К 2018 г. доля интернет-торговли в общей структуре рынка электронной коммерции прогнозируется на уровне около 40% или 1,6 трлн руб.

Содержание отчета

Методология

Глава 1. Структура и объем электронной коммерции в России

Глава 2. Объем, структура и динамика интернет-торговли

Глава 3. Межстрановое сравнение сектора интернет-торговли России

3.1. E-commerce в США и странах Западной Европы

Глава 4. Ключевые игроки рынка интернет-торговли России по основным направлениям

4.1. 20 крупнейших российских игроков ритейла, развивающих интернет-торговлю

4.2. Крупнейшие компании по посещаемости

Глава 5. Потребительские предпочтения

5.2. Онлайн и оффлайн покупки

Глава 6. Межстрановая онлайн-торговля

6.1. Покупки в российских интернет-магазинах

6.2. Покупки в зарубежных интернет-магазинах

6.3. Крупнейшие специализированные сервисы доставки

Глава 7. Инвестиции в сегмент интернет-торговли

Тренды и тенденции

Список компаний, упоминающихся в отчёте

Список рисунков:

Рис. 1. Объем рынка электронной коммерции, млрд рублей

Рис. 2. Структура рынка электронной коммерции Российской Федерации в 2013 г., %

Рис. 3. Структура сегмента физических товаров, 2013 г., %

Рис. 4. Объем рынка интернет-торговли, млрд рублей

Рис. 5. Способы оплаты в интернет-магазинах, 2013 г., млрд рублей

Рис. 6. Динамика способов оплаты, 2008-2018 млрд рублей

Рис. 7. Сравнение количества отправок на человека в России и в других странах, 2012 г., ед

Рис. 8. Доля e-commerce в общем обороте мирового ритейла, 2000-2012 гг.

Рис. 9. Сравнение рынков интернет-торговли России, США и Западной Европы, 2011-2017 гг., млрд долл.

Рис. 10. Проникновение интернет-торговли, 2013 гг.

Рис. 11. Динамика объема B2C сегмента рынка интернет-торговли в США за 2011-2017 гг., млрд долл.

Рис. 12. Динамика объема мобильной коммерции в США за 2010-2017 гг., млрд долл.

Рис. 13. Динамика объема B2C сегмента рынка интернет-торговли в странах Западной Европы за 2011-2016 гг., млрд долл.

Рис. 14. Количество интернет-покупателей в странах Западной Европы

Рис. 15. Структура оборота электронной коммерции США в 2013 г., %

Рис. 16. Динамика выручки Юлмарт, 2001 – 2013 гг. млрд руб.

Рис. 17. Динамика выручки Ситилинк, 2012 – 2013 гг. млрд руб.

Рис. 18. Динамика выручки Wildberries, 2012 – 2013 гг. млрд руб.

Рис. 19. Динамика выручки OZON.ru, 2009 – 2012 гг. млрд руб.

Рис. 20. Структура выручки холдинга OZON 2013.

Рис. 21. Динамика выручки Biglion, 2011 – 2013 гг. млрд руб.

Рис. 22. Динамика выручки Holodilnik.ru, 2011 – 2013 гг. млрд руб.

Рис. 23. Динамика выручки, Утконос, млн рублей 2008 – 2012 гг.

Рис. 24. Доли сегментов в структуре выручки топ-20 интернет-магазинов, %

Рис. 25. Лидеры по средненедельной посещаемости, Q1-Q4, 2013 г., тысяч уникальных посетителей в неделю

Рис. 26. Топ-100 посещаемых магазинов по тематике

Рис. 27. Среднеквартальный рост количества уникальных посетителей в неделю в 2013 г., %

Рис. 28. Структура сегмента «физических товаров», 2013 г., %

Рис. 29. Структура способов доставки г., %

Рис. 30. Распределение заказов по федеральным округам и городам федерального значения, 2013 г., %

Рис. 31. Среднеговые чеки онлайн-покупателей, Евро 2013 г.

Рис. 32. Наиболее предпочтительные способы оплаты в российских интернет-магазинах, 2013 г., %

Рис. 33. Наиболее предпочтительные способы оплаты в российских интернет-магазинах, 2010-2011 гг., %

Рис. 34. Соотношение онлайн и оффлайн покупок по категориям, 2013 г.

Рис. 35. Доля потребителей, смотревшие продукт предварительно в интернете перед оффлайн-покупкой

Рис. 36. Доля покупателей, совершивших оффлайн покупку после изучения товара в интернете по категориям, 2013 г.

Рис. 37. Доля потребителей, смотревшие продукт предварительно в магазине перед онлайн-покупкой

Рис. 38. Основные причины покупки товаров оффлайн, 2013 г.

Рис. 39. Пользование кредитами по возрастному критерию, 2013 г.

Рис. 40. Пользование кредитами по географическому признаку, 2013 г.

Рис. 41. Товары, купленные в кредит по категориям, 2013 г.

Рис. 42. Доля потребителей, совершивших спонтанные онлайн-покупки

Рис. 43. Покупки в социальных сетях по категориям, 2013 г.

Рис. 44. Онлайн покупки в российских и зарубежных интернет-магазинах, 2013 г.

Рис. 45. Онлайн покупки в российских и зарубежных интернет-магазинах, 2013 г.

Рис. 46. Онлайн покупки в российских и зарубежных интернет-магазинах по категориям ...

Рис. 47. Условные доли российских и зарубежных интернет-магазинов в общем количестве сделанных заказов

Рис. 48. Количество сделанных за г. заказов в российских интернет-магазинах

Рис. 49. Критерии выбора российского интернет-магазина

Рис. 50. Способы доставки товаров из российских интернет-магазинов, 2013 г.

Рис. 51. Проблемы при покупках в российских интернет-магазинах, 2013 г.

Рис. 52. Опыт покупок в зарубежных интернет-магазинах у опрошенных, 2013 г.

Рис. 53. Опыт покупок в зарубежных интернет-магазинах у опрошенных, 2013 г.

Рис. 54. Покупали на англоязычных сайтах, 2013 г.

Рис. 55. Покупки на китайских сайтах, 2013 г.

Рис. 56. Количество сделанных за г. заказов в зарубежных интернет-магазинах

Рис. 57. Проблемы при покупках в зарубежных интернет-магазинах

Список таблиц:

Табл. 1. Крупнейшие (по общей выручке) российские игроки ритейла, развивающие интернет-торговлю, 2013 г.

Табл. 2. Профиль компании Юлмарт

Табл. 3. Профиль компании Ситилинк

Табл. 4. Профиль компании Wildberries.ru

Табл. 5. Профиль холдинга Ozon

Табл. 6. Профиль компании Biglion

Табл. 7. Профиль компании Holodilnik.ru

Табл. 8. Профиль компании Технопоинт

Табл. 9. Профиль компании Enter

Табл. 10. Профиль компании 220 Вольт

Табл. 11. Профиль компании Утконос

Табл. 12. Профиль компании KupiVIP

Табл. 13. Профиль компании Pixel24

Табл. 14. Профиль компании E96

Табл. 15. Профиль компании Lamoda

Табл. 16. Профиль компании ВсеИнструменты.ру

Табл. 17. Профиль компании Сотмаркет

Табл. 18. Профиль компании Vasko

Табл. 19. Профиль компании Нотик

Табл. 20. Профиль компании Ютинет

Табл. 21. Топ-10 интернет-магазинов по средненедельной посещаемости, 2013 г.

Табл. 22. Топ-20 городов по покупательской активности

Табл. 23. Профиль компании Dostami

Табл. 24. Профиль компании Wildberries.ru

Табл. 25. Крупные сервисы доставки товаров

Табл. 26. Крупнейшие прямые инвестиции в российский онлайн-ритейл в 2013 г.

Табл. 27. Крупнейшие прямые инвестиции в российский онлайн-ритейл в 2012 г.

Список компаний, упоминаемых в отчете

RBC	KupiVip	Trendsbrands.ru
003.py	Lamoda	Ulmart.ru
220 Вольт	Lamoda.ru	Vasko
Avito	Mainboc.com	Wikimart
Bay.ru	Mebelrama	Wilberries.ru
Biglion	Mvideo.ru	Wildberries
Cushman & Wakefield	Nebo.ru	Zosus.com
Delivery Club	Obuv.com	Бета Продакшн
DeliveryHero	Okto.ru	ВсеИнструменты.ру
Dns-shop.ru	Ostrovok.ru	E96
Dostami	Ozon	Нотик
E96	Ozon.ru	Ситилинк
Ebay Global	Pixel24	Сотмаркет
Eldorado.ru	Shipito	Технопоинт
Enter	ShopFans	Утконос
Enter.ru	ShopoTam.ru	Холодильник.ру
Esky.ru	Shoptime	Юлмарт
Foddbynet.ru	Softkey	Ютинет.ру
Holodilnik.ru	Sotmarket.ru	
HomeMe.ru	Svyaznoy.ru	
ko.com	Ticketland	

Информационный бюллетень подготовлен компанией J'son & Partners Consulting. Мы прилагаем все усилия, чтобы предоставлять фактические и прогнозные данные, полностью отражающие ситуацию и имеющиеся в распоряжении на момент выхода материала. J'son & Partners Consulting оставляет за собой право пересматривать данные после публикации отдельными игроками новой официальной информации.

ЗА ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ ОБРАЩАЙТЕСЬ:

Павел Ермолич

Коммерческий директор

Pavel@json.ru



www.json.ru