

ДАЙДЖЕСТ
электронная
коммерция

РЕСУРС МОНИТОРИНГ

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

АНАЛИЗ ДАННЫХ

КОНСАЛТИНГ

БИЗНЕС ПЛАНИРОВАНИЕ

R-MONITORING.RU

РАЗВИТИЕ ИНТЕРНЕТ СФЕРЫ В РОССИИ

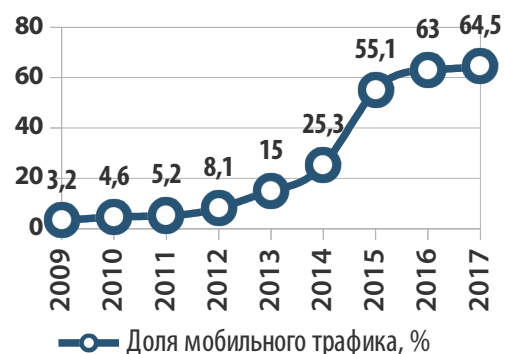
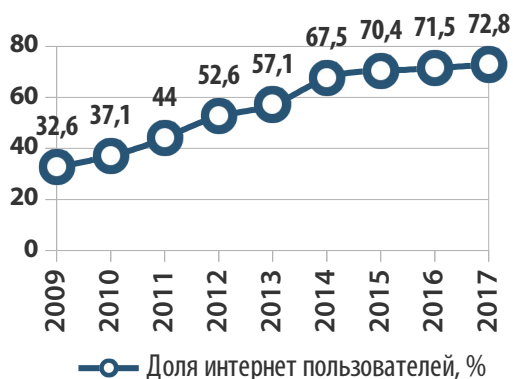
Проникновение интернет-пространства в повседневный образ жизни жителей России катализирует развитие областей, связанных с мгновенными онлайн-платежами.

На текущий момент примерно 90% всех российских интернет-пользователей совершали покупки в онлайн-магазинах. Данный факт необходимо рассматривать с учетом постоянного роста онлайн-аудитории российских пользователей.

В России 73% граждан в возрасте от 18 лет и старше пользуются Интернетом, из них 47% опрошенных делают это ежедневно.

По данным экспертов отрасли, к концу 2017 года пользовались интернетом более 87 млн россиян в возрасте от 16 лет и старше. Уровень проникновения интернета среди населения в возрасте 16+ превысил 72,5% (в 2015 – 70,4%) (см. рисунки ниже).

Прирост интернет-аудитории в последние годы происходит за счет активного использования мобильных устройств, а также за счет увеличения доли пользователей старших возрастных групп.

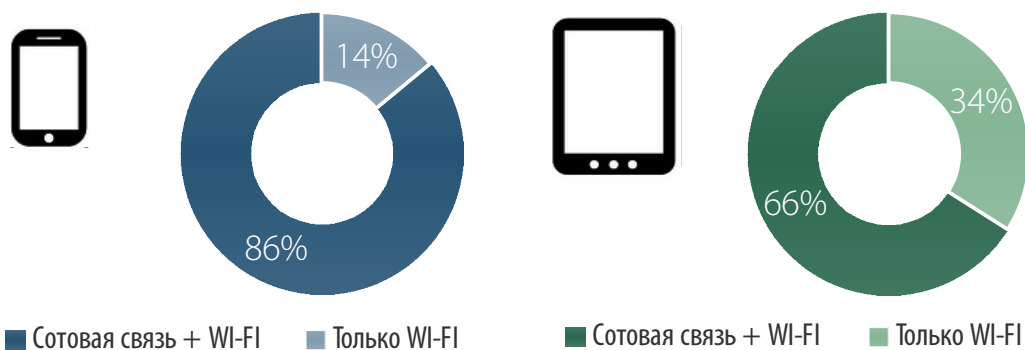


Проникновение интернета в России, % (рис.1)

Данные: GFK (Gesellschaft für Konsumforschung)

Пользование интернетом со смартфонов выросло за год более чем в два раза (37,2% россиян). Всего в России доступом в интернет с мобильных устройств пользуются около 50 млн человек или 42% взрослого населения страны.

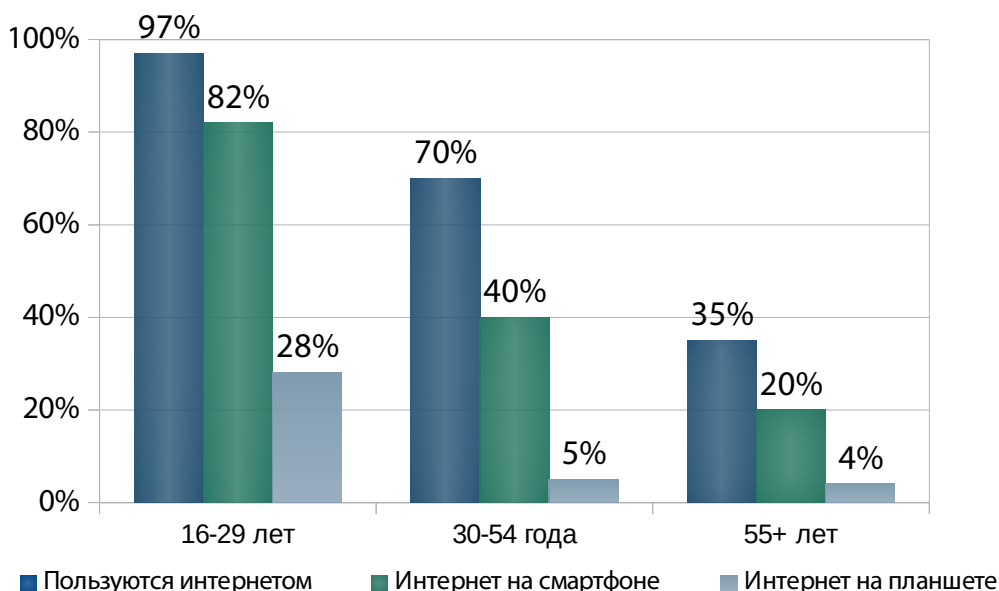
Отметим, что наибольшая часть мобильного трафика осуществляется по средству мобильной связи (86% на смартфонах и 66% на планшетах), остальное приходится на WI-FI подключения (см. рисунок 2).



| Доля Wi-Fi в общем массиве мобильного трафика, % (рис.2)

| Данные: GfK (Gesellschaft für Konsumforschung)

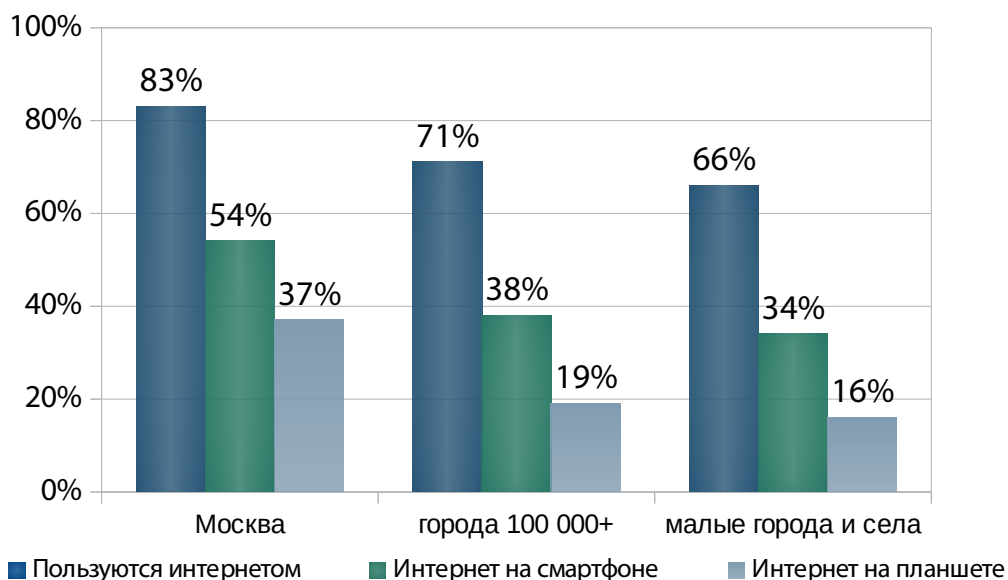
Проникновение интернета среди молодых россиян (16-29 лет) достигло предельных значений еще в предыдущие годы и, по разным данным, составляет от 95 до 97%.



| Доля пользователей сети интернет, % (рис.3)

| Данные: GfK (Gesellschaft für Konsumforschung)

Наивысшие показатели доли пользователей сети интернет в г. Москва, связано это с общим более высоким уровнем развития коммуникаций и углубленной дигитализацией общества. Необходимо отметить, что общая разница в сравнении с меньшими по численности агломерациями не такая существенная (17%). Ожидается, что данный показатель будет и в дальнейшем сокращаться, т. к. с появлением новых технических инструментов – значительно расширяются возможности по использованию интернета в малых городах и селах.



| Доля пользователей сети интернет, % (рис.4)

| Данные: GFK (Gesellschaft für Konsumforschung)

Более подробная классификация по географическому признаку представлена на основании данных Фонда «Общественное мнение» (ФОМ) (см. таблицу 1).

|| Таблица 1. Распределение пользователей по типу населенного пункта, % (данные ФОМ)

Когда вы последний раз пользовались интернетом?	Население в целом	Москва	города 1 млн и более	города 1 млн и более	города от 50 до 250 тыс.	города менее 50 тыс., ПГТ	села
в последние сутки	48,7	54	52	55	57	48	36
в последнюю неделю	13,6	18	14	14	10	13	14
в последний месяц	3,3	1	4	3	3	5	3
более месяца назад	4,6	6,9	2,4	2,1	3,3	5,1	7,1
никогда не приходилось	29,3	20	26	26	26	29	39
затрудняюсь ответить	0,5	0	1,2	0,7	0	0,4	0,8

Таким образом, можно сделать несколько выводов:

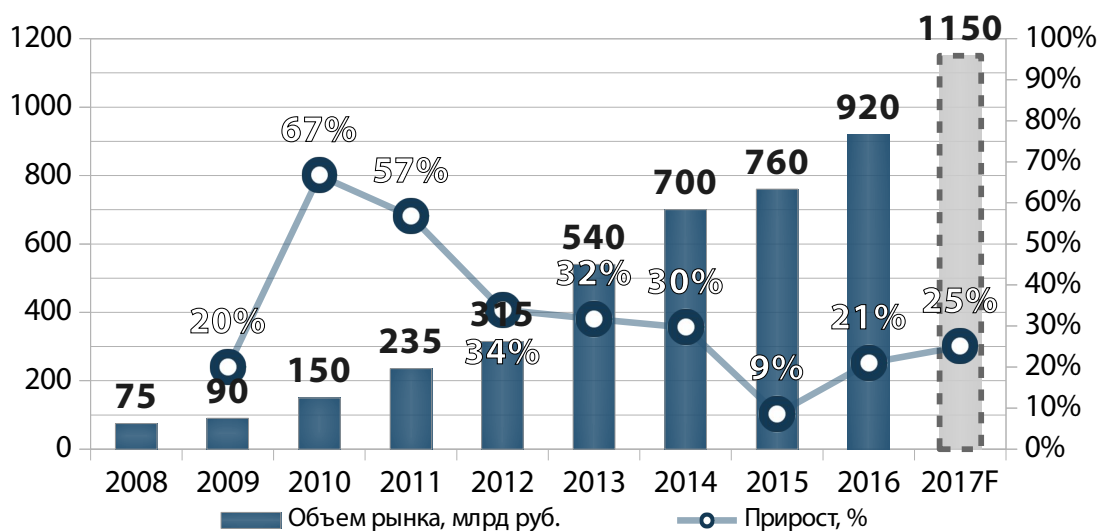
- ◆ распространение сети интернет в значительной степени катализирует развитие e-commerce сегмента;
- ◆ прирост интернет-аудитории происходит за счет роста мобильного трафика, а также в результате постоянной дигитализации;
- ◆ наибольший уровень распространения интернета в крупных городских агломерациях.

РОССИЙСКИЙ РЫНОК E-COMMERCE

Под внутренним объемом российского рынка e-commerce понимается общая сумма всех произведенных торговых операций (при которых товары приобретаются в России и не пересекают границу после оформления заявки).

В 2015 году общий объем внутреннего рынка составил 650 млрд руб., что на 16% больше показателя 2014 года. Стоит отметить, что темпы роста в последние несколько лет замедлились, связано это с кризисными явлениями (снижение покупательной способности), а также с насыщением рынка в целом. Отметим, что динамика рынка в 2014-2015 гг. в большей степени была обусловлена инфляционными процессами (по числу заказов реальный рост рынка составил 5-7%).

К концу 2017 года, по разным оценкам, рынок e-commerce превысил отметку в 1150 млрд руб. Участники рынка констатируют факт роста среднесуточного числа заказов на 7-10%, а также фиксируют изменение потребительских настроений. Покупатели стали более прагматично подходить к выбору товаров, что заставляет их все чаще обращать свое внимание в сторону онлайн-магазинов (см. рисунок 5).



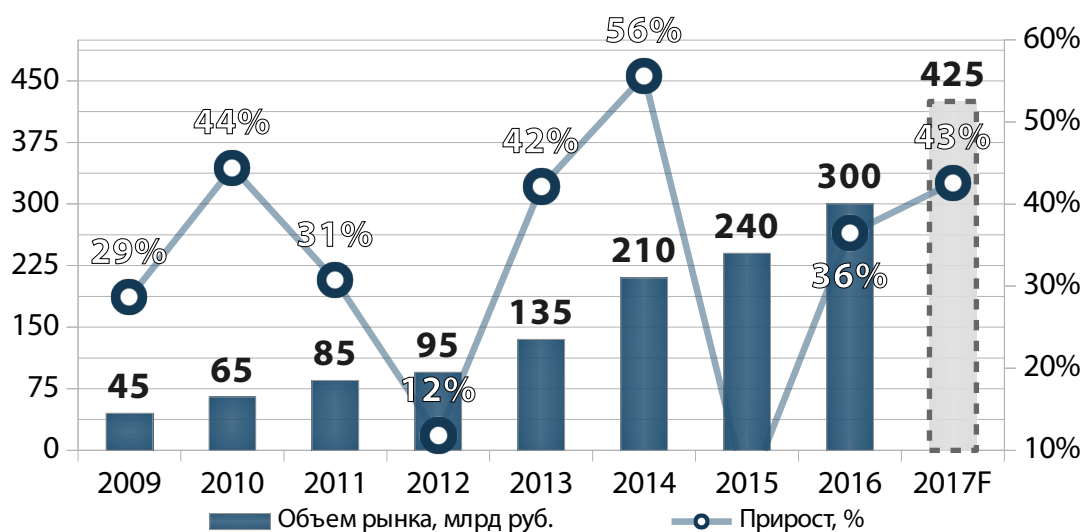
| Объем российского рынка e-commerce, млрд руб. (рис.5)

| Данные: Data Insight, АКИТ | Аналитика: Ресурс мониторинг

Последние несколько лет зарубежные онлайн-площадки стали менее популярны, связано это со значительным ростом цен в рублевом эквиваленте. Основное внимание покупателей теперь сосредоточено на продуктах низкой ценовой категории (ключевые позиции здесь занимают китайские продавцы). По разным оценкам в общей структуре трансграничной торговли доля интернет-магазинов Китая сейчас

составляет от 40 до 50% в денежном выражении и до 70% в натуральном.

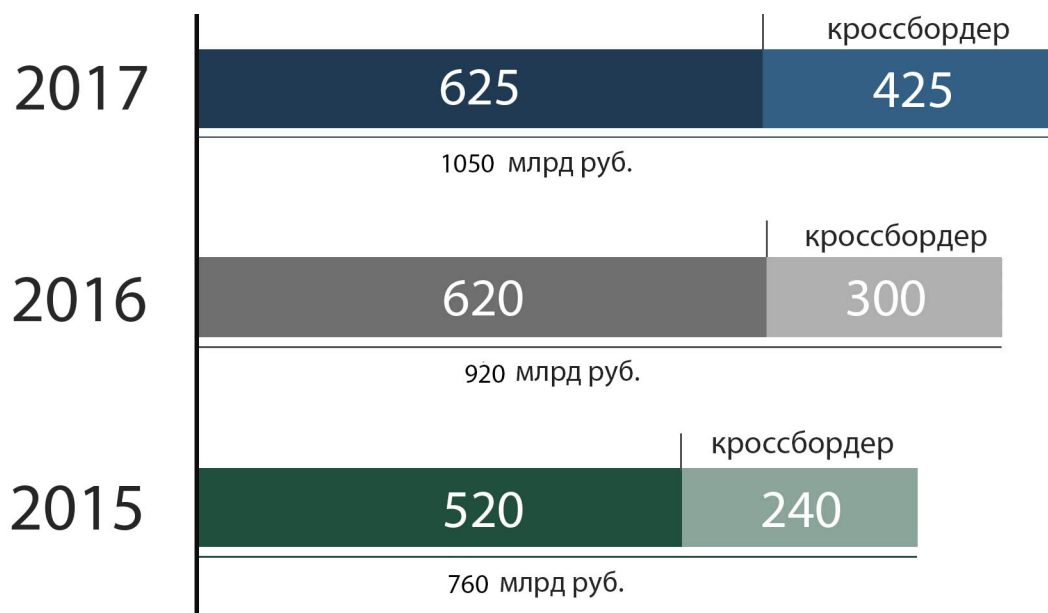
Эксперты отрасли отмечают, что в ближайшее время будет обострение конкурентной борьбы между российскими и зарубежными ритейлерами (см. рисунок 6).



Объем трансграничной торговли в Россию, млрд руб. (рис.6)

Данные: Data Insight, АКИТ | Аналитика: Ресурс мониторинг

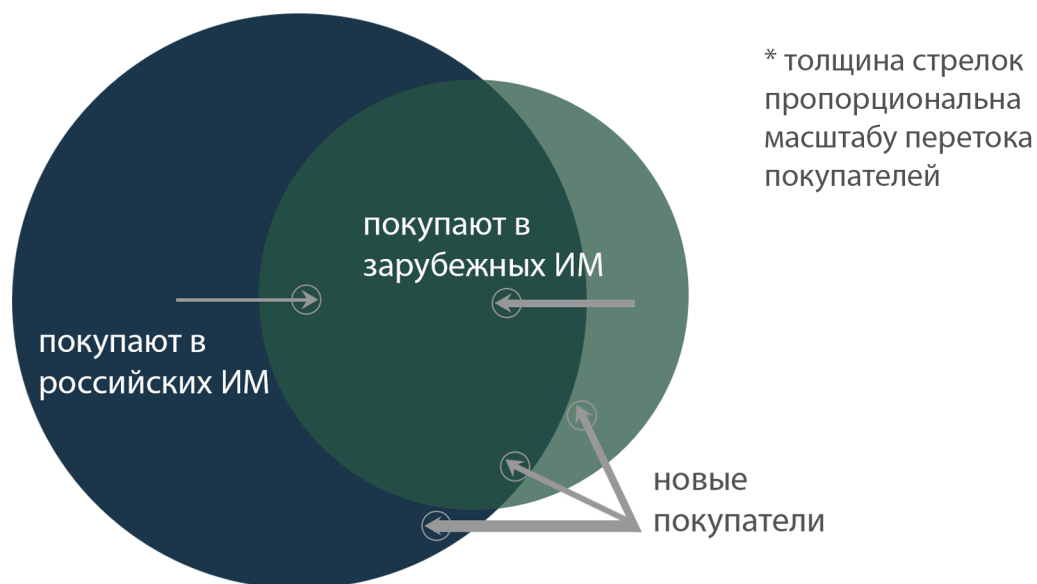
На текущий момент количество трансграничных операций в денежном выражении ежегодно составляет порядка 37% от общего количества торгового онлайн-оборота (см. рисунок 7).



Общий объем интернет торговли, млрд руб. (рис.7)

Аналитика: Ресурс мониторинг

Трендом последних лет является рост количества людей, которые осуществляют покупки как в российских интернет-магазинах, так и в зарубежных (см. рисунок 8).

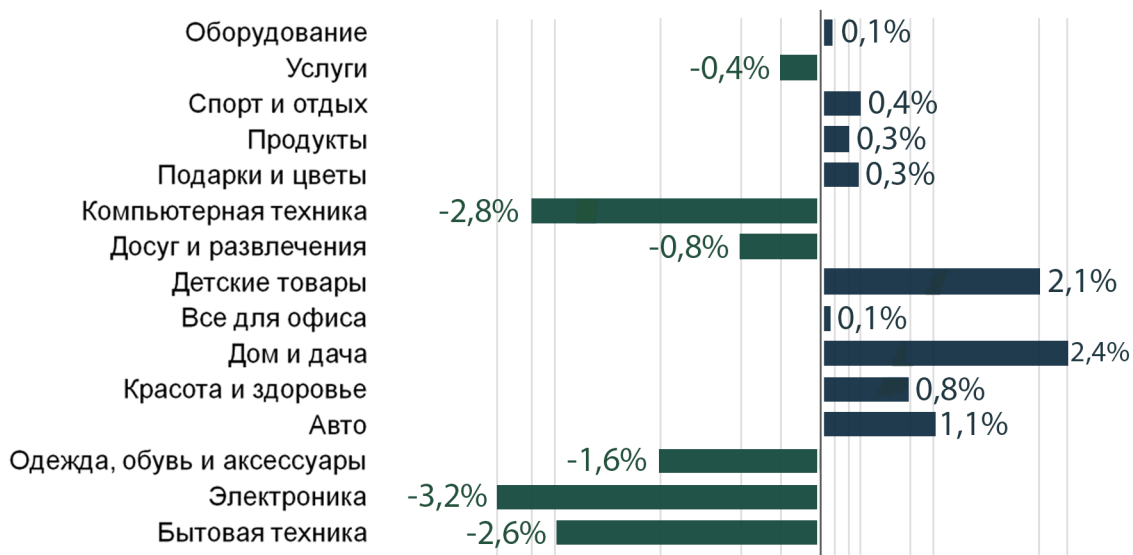


| Модель прихода новых покупателей (рис.8)

| Данные: Data Insight, АКИТ | Аналитика: Ресурс мониторинг

Кризисные явления оказывают непосредственное влияние и на предпочтения потребителей. По данным Яндекс.Маркета растет число кликов в категориях продукты (+110,4%), товары для детей (+39,8%) автозапчасти (+15%), товары для дома и дачи (+22,6%). Лидером роста оказались зоотовары и продукты питания (+396%), обусловлено это сопутствующим эффектом низкой базы (доля в общем обороте продукции мала и любой массив торговых операций в денежном выражении – конвертируется в высокий процентный рост).

Статистика Яндекс.Маркет подтверждается итоговыми данными от крупных ритейлеров России (см. рисунок 9).



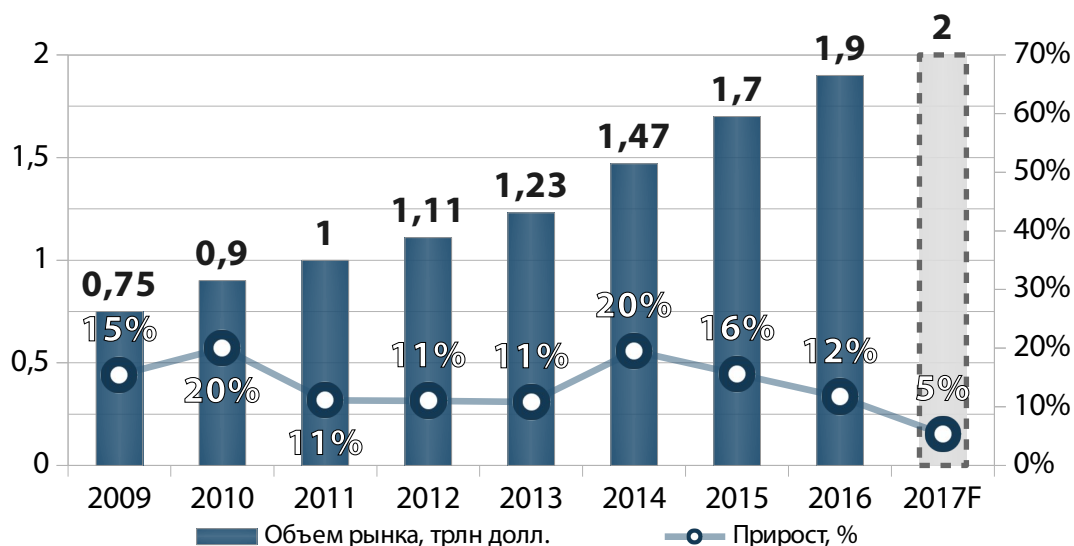
| Спрос по категориям в 2015 г. (рис.9)

| Данные: E-Commerce Solutions э

МИРОВОЙ РЫНОК E-COMMERCE



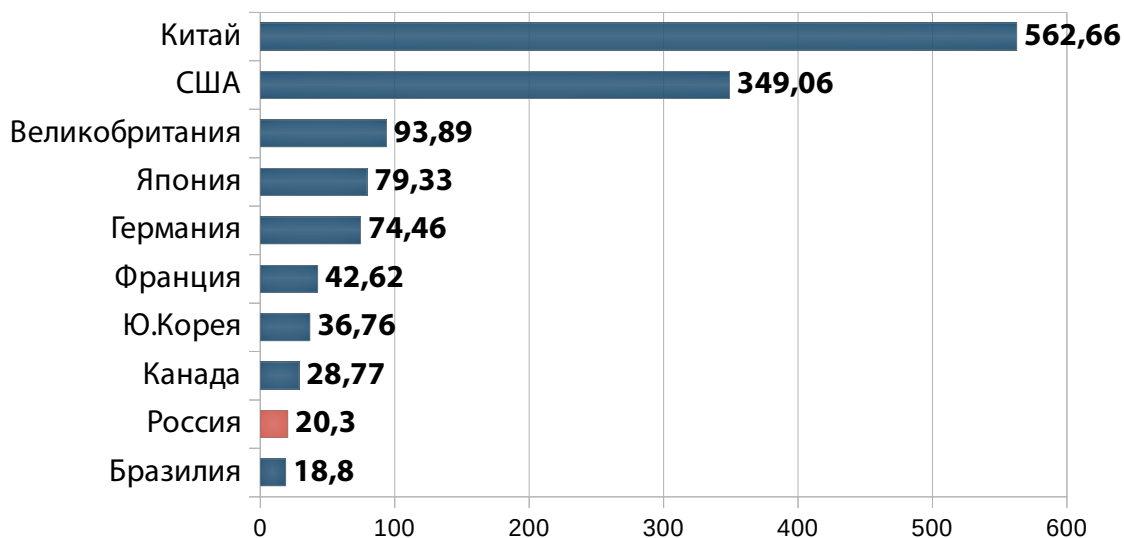
Объем мирового рынка в 2015 году достиг отметки в 1,7 трлн долл., что на 16% больше показателя 2014 года. Ожидается, что за следующие несколько лет мировой рынок превысит показатель в 2 трлн долл. (см. рисунок 10).



| Объем мирового рынка e-commerce (рис.10)

| Данные: TrackingCourier

Лидирующие позиции в структуре мирового рынка электронной коммерции занимает Китай (562,66 млрд долл.) и США (349,06 млрд долл.), на долю остальных стран приходится менее 50% от общего объема торговых операций. Россия по итогам 2015 года заняла 9 место (20,3 млрд долл.) (см. рисунок 11).



| Топ-10 рынков e-commerce, млрд долл. (рис.11)

| Данные: Remarkety

Тренды мирового рынка:

- ◆ значительный рост мобильной коммерции;
- ◆ мультиканальность (интеграции всех каналов и способов продажи в единую торговую сеть);
- ◆ Big-data (компании стараются получать максимально возможные массивы информации от покупателей – на основании которых производится анализ и корректируется маркетинговая стратегия);
- ◆ персонализация (торговые компании на рынке e-commerce ищут индивидуальный подход к каждому гипотетическому клиенту);
- ◆ социализация (интеграция отдельных функциональных возможностей онлайн-магазинов в социальные сети);
- ◆ глобализация (все чаще крупные торговые компании открывают региональные представительства по всему миру);
- ◆ логистика (сокращение времени на доставку);
- ◆ автоматизация (стремление прийти к рабочей схеме «заказ товара+оплата+доставка реальных товаров»).

Компания «Ресурс Мониторинг» оказывает полный спектр услуг в области маркетинговых исследований.

Наши исследования фокусируются на новых тенденциях рынка, чтобы помочь предприятиям определить рыночные возможности и разрабатывать эффективные стратегии для оптимизации своих позиций на рынке.

Наши услуги:

- ▶ тиражные исследования;
- ▶ заказные исследования;
- ▶ составление годовой отчетности;
- ▶ бизнес планирование;
- ▶ анализ закупочной деятельности;
- ▶ обзор тенденций рынка;
- ▶ анализ внешнеторговых операций.

Наши достоинства:

- ▶ независимая оценка;
- ▶ грамотная визуализация данных;
- ▶ четкое соблюдение сроков и технического задания;
- ▶ штат опытных аналитиков;
- ▶ высокая плотность информации в отчетах.

Контакты:

- ▶ 119180, г. Москва, ул. Большая Полянка, д. 2, стр 2.
- ▶ rm@r-monitoring.ru
- ▶ 8 (495) 970-86-46