

**Электронная торговля в
России:
география покупателей и
доставки**
Борис Овчинников



Data Insight
аналитическое агентство

«Логистика для интернет-
магазинов», 17.11.2011

Объем розничной электронной
торговли в 2011 г. составит
около 310 млрд. рублей

Рост в 2011 – +29%,
прогноз на 2012 – +22%

Е-commerce “дальнего плавания”?

Только около 1/4 оборота - 70 млрд руб приходится на покупки с доставкой в другой

Распределение оборота е-commerce по тип прод



... однако «удаленные» покупки
будут расти –
вывод очевидный, если
посмотреть на географию
аудитории

География онлайн-покупателей

Почти 2/3 онлайн-покупателей — в регионах

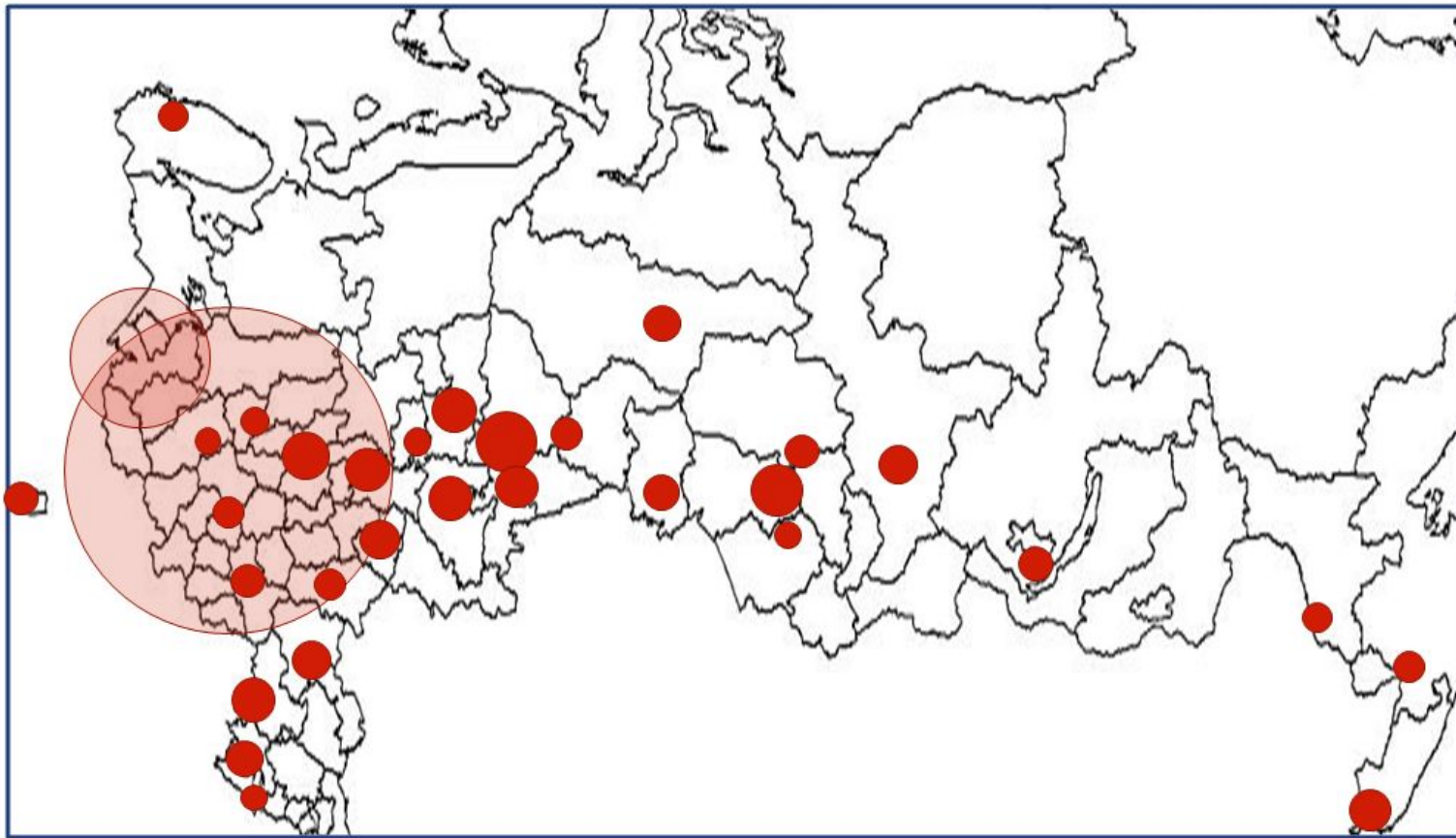
Распределение онлайн-покуп
макро

DATA
insight



География онлайн-покупателей

2 столицы и еще 30 центров e-commerce



(диаметр круга пропорционален объему онлайн-продаж)

География онлайн-покупателей

Две столицы, города-миллионники, топ-50 городов – это лишь часть российского рынка

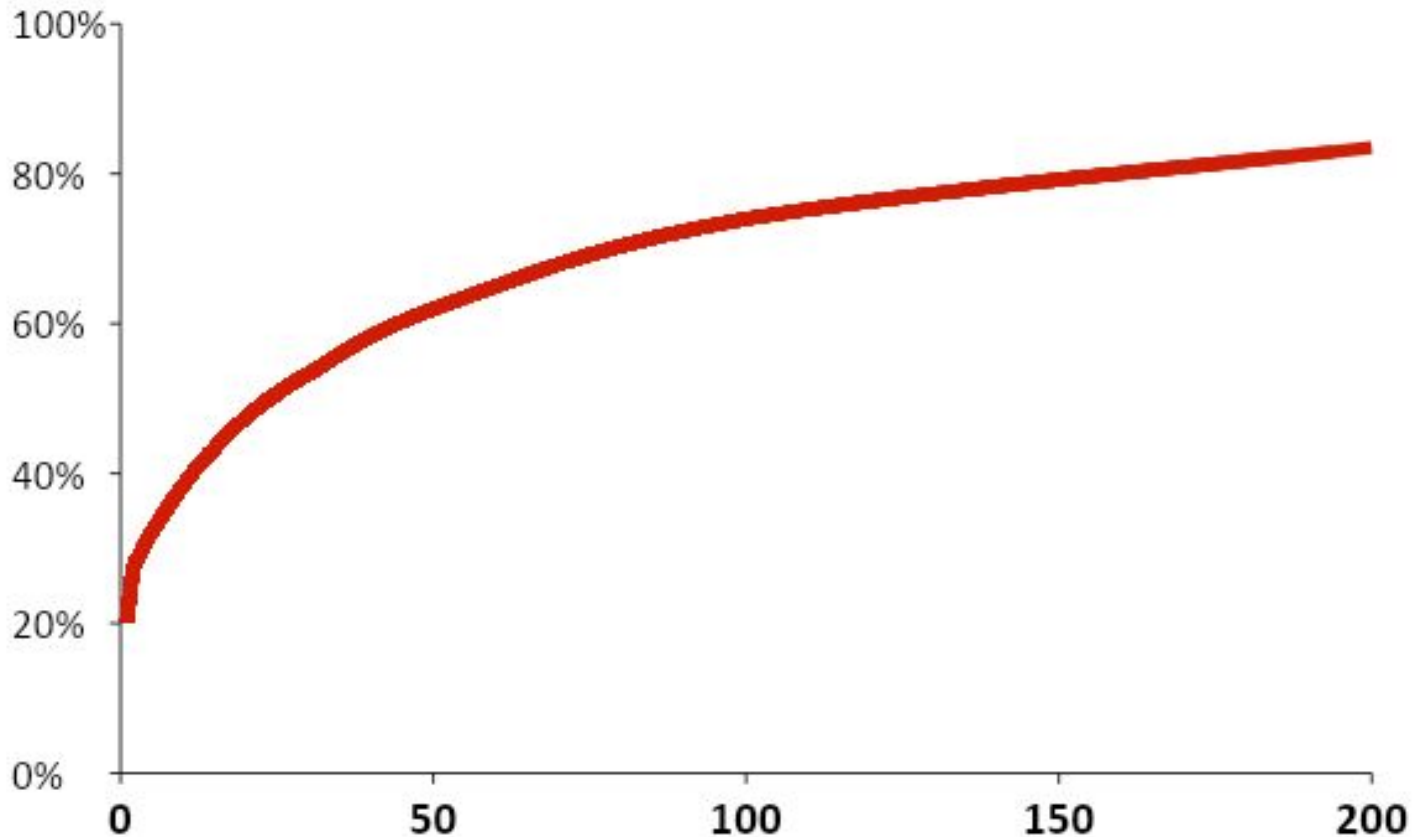
Распределение онлайн-покупателей по типам населенных пунктов



Точки присутствия и охват рынка

Даже сеть из 100 городов позволит охватить лишь около 3/4 онлайн-покупателей

Охват онлайн-покупателей в зависимости от количества городов присутствия



Со временем география
e-commerce будет становиться
все более похожей
на географию Интернета в целом

География интернет-аудитории

За пределами крупных и средних городов уже сейчас проживает почти $\frac{1}{2}$ интернет-пользователей

Распределение пользователей Интернет по типам населенных пунктов

DATA
insight



Малые города и село обеспечивают $\frac{3}{4}$ роста интернет-аудитории

Новые онлайн-покупатели

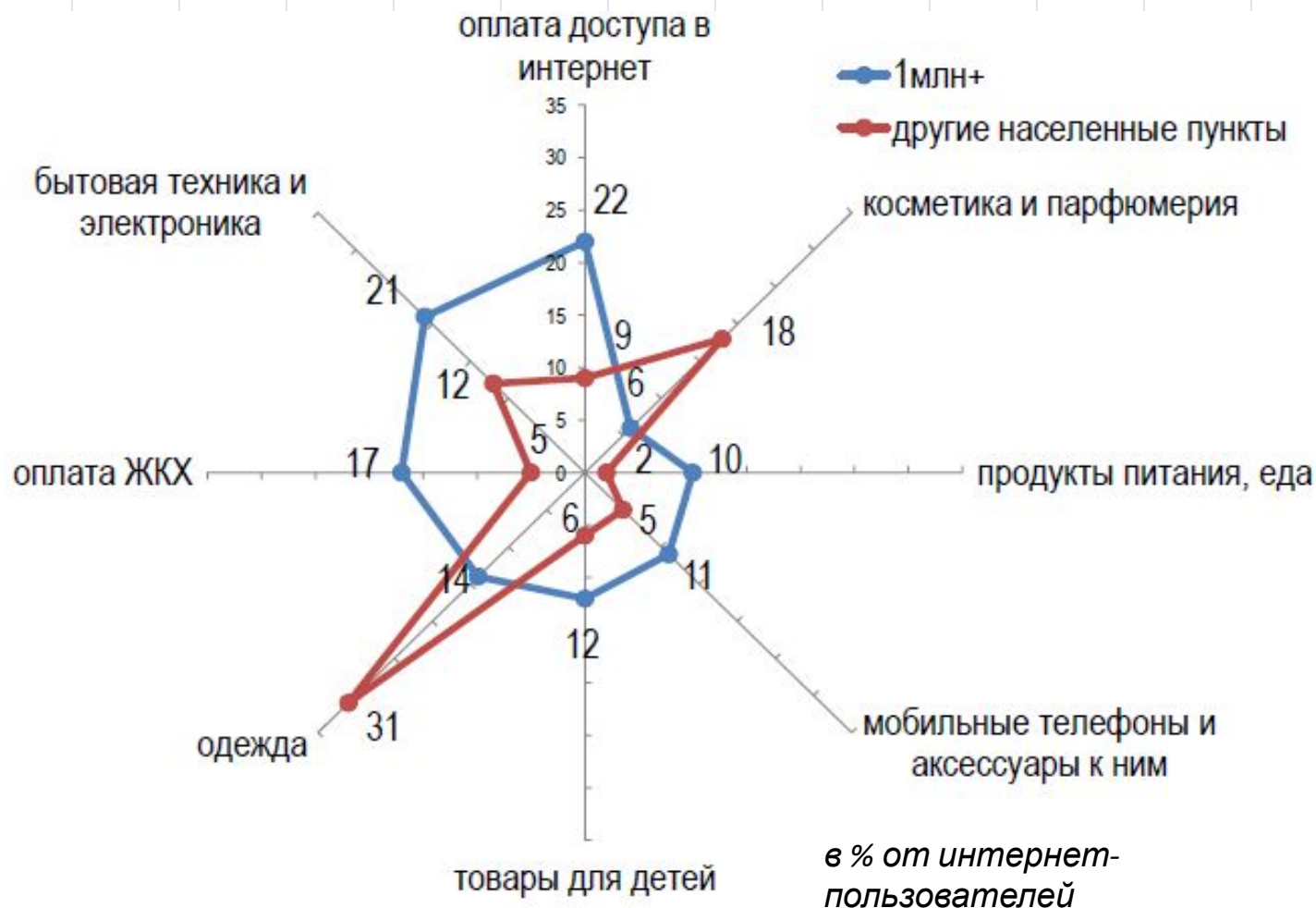
Рост количества онлайн-покупателей на 3/4 обеспечивается регионами

Распределение роста количества онлайн-покупателей по типам населенных пунктов



E-commerce в малых городах

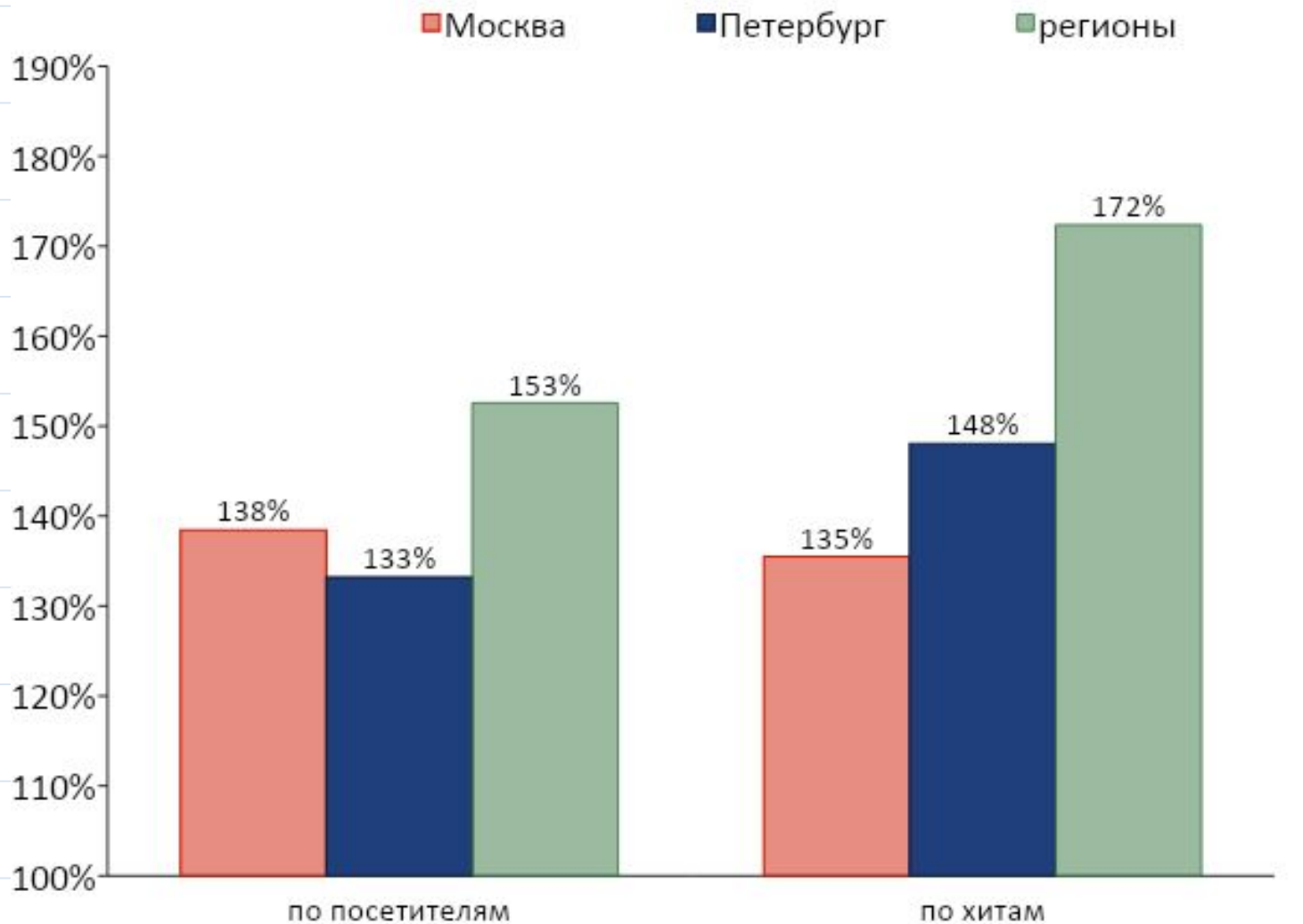
Регионализация e-commerce = сдвиг продаж в сторону одежды, косметики, а также книг и ПО



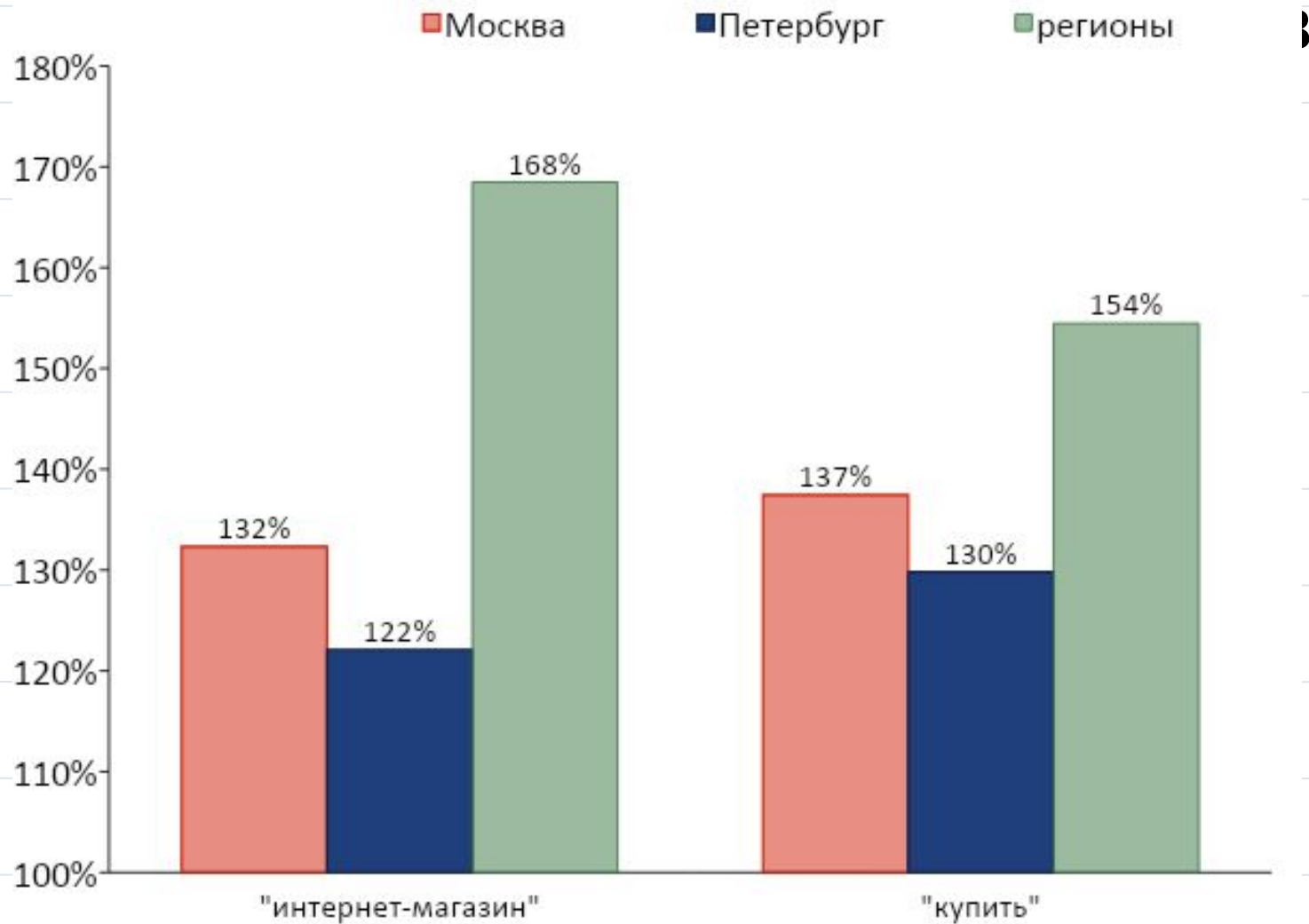
В столицах количество
онлайн-покупателей
растет на 25% за год

... а в регионах – на 40%

Рост посещаемости e-commerce-



Рост количества поисковых



Лидеры роста

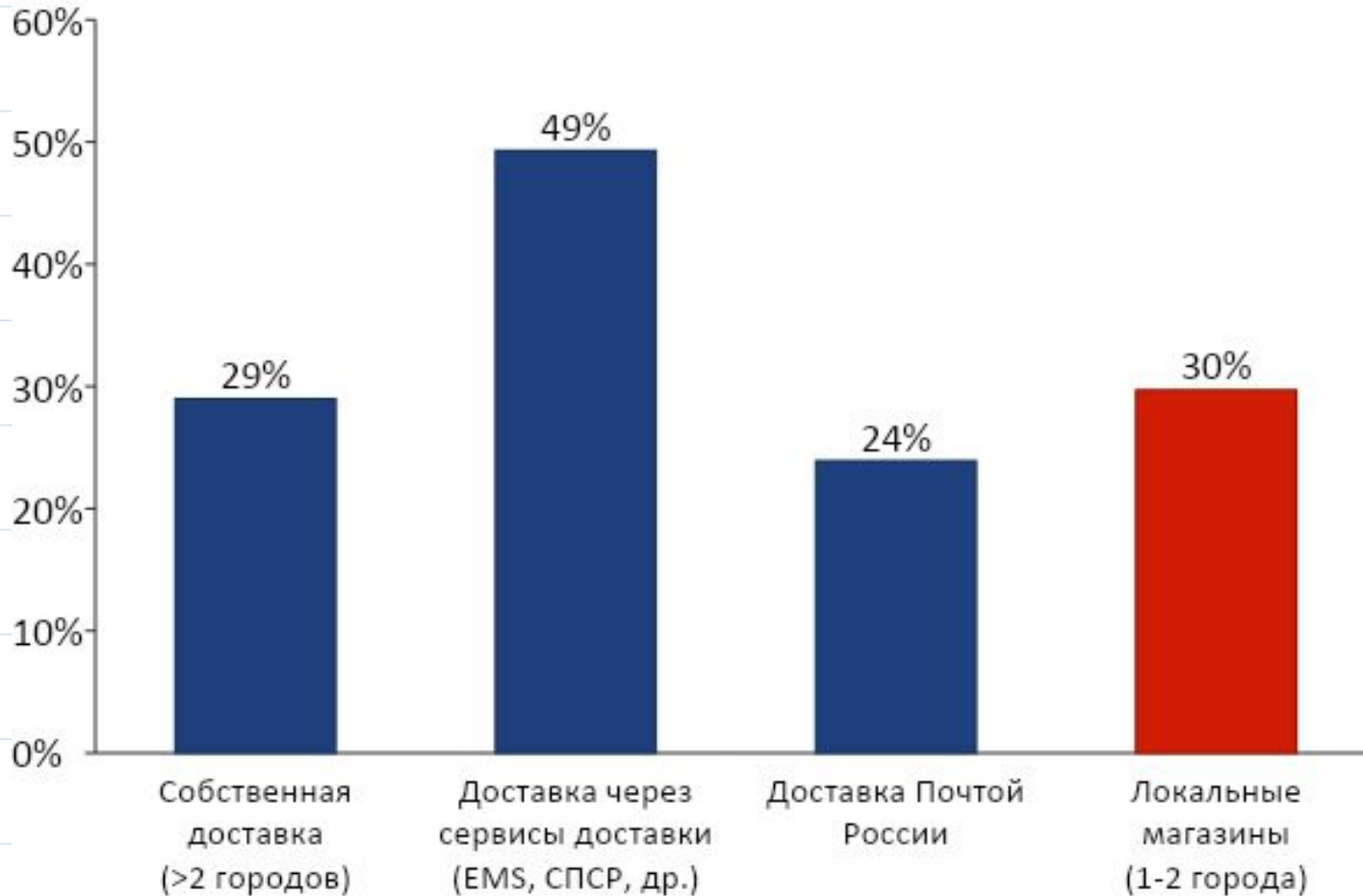
Среди макрорегионов быстрее всех растет Юг –
рост аудитории интернет-магазинов на 80%,
рост количества «ecommerce-запросов» на 75%

На втором месте Дальний Восток, на третьем –
Урал. Медленнее всех растет Северо-Запад

Среди отдельных регионов лидеры по темпам
роста – **Краснодарский, Ставропольский и
Хабаровский** края (рост 90-120% за год)

Интернет-магазины
регионализируются медленнее
своей аудитории

География доставки



Данные по ~140 крупным интернет-магазинам из различных товарных категорий

Особенности товарных категорий

- **Электроника.** Почти у 1/3 магазинов – развернутые сети доставки (15 городов и более)
- **Одежда.** Почти все доставляют товары Почтой России и/или EMS, собственная доставка почти всегда ограничена Москвой
- **Детские товары.** Большинство (2/3) использует экспресс-доставку
- **Продукты питания.** Продажи ограничиваются одним городом

Города доставки

Охват городов собственной доставкой ведущих интернет-магазинов, % от магазинов



Крупные города к востоку от Новосибирска охвачены не более чем 6% крупных магазинов каждый

Основные тренды - покупатели

- Рост количества онлайн-покупателей в основном за счет регионов
- Этот рост будет смещаться в сторону малых городов и села
- Аудитория e-commerce разбросана по стране – и эта «децентрализация» будет нарастать
- Доля онлайн-покупок с доставкой из другого региона (другой страны) будет увеличиваться
- Исходя из географии и демографии роста рынка e-commerce , наиболее перспективные сегменты

Основные тренды - магазины

- Даже среди лидеров рынка не все еще начали «регионализироваться» вслед за аудиторией
- Большинство игроков делает ставку на «чужую» общероссийскую доставку, а не на охват отдельных городов собственной доставкой
- География сетей собственной доставки зависит и от размеров локальных рынков, и от удаленности региона от Москвы

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

Борис Овчинников b@datainsight.ru

Федор Вирин f@datainsight.ru

