

Организация Интернет-продаж в России: теория и практика

**Руководитель Службы доставки
продуктов на дом «ГРОССМАРТ»
Воскресенский Мстислав**



НОЯБРЬ 2007



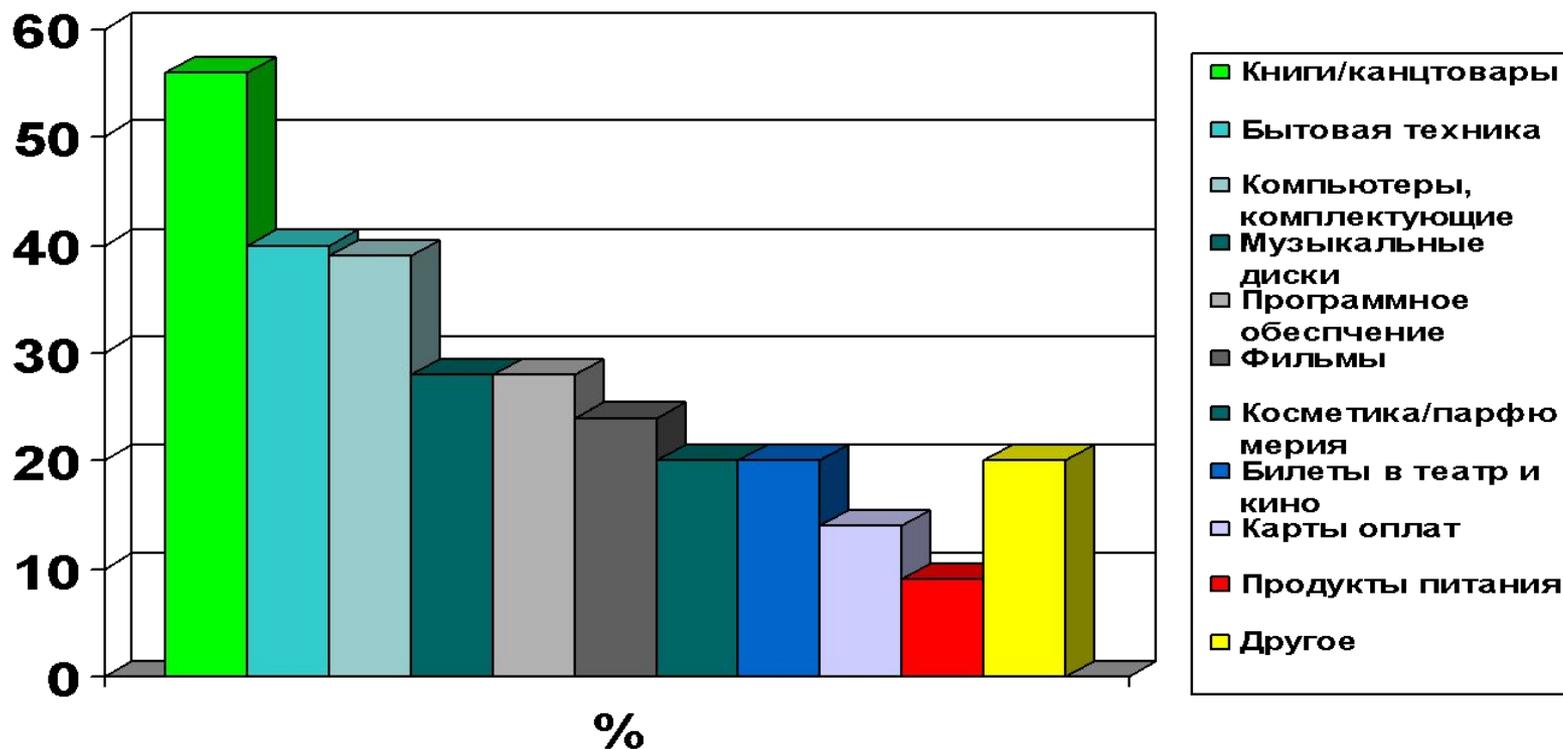
Согласно данным крупнейшего
аналитического агентства Nielsen
NetRatings число пользователей сети
Интернет в 2005 году превысило 1 млрд.
человек

По данным Forester в 14 промышленно развитых странах, в которых сосредоточено 50% мирового ВВП, 40% населения в 2005 году используют Интернет, а оборот электронной торговли достиг 8,6% от общего оборота мировой торговли товарами и услугами. Ежегодно онлайн-ритейл отбирает у традиционной торговли по 1—2% рынка.

В течение 7-ми последних лет свои службы доставки открыли крупнейшие мировые ритейлеры, среди них: Tesco, Auchan, Carrefour, Asda, Sainsbury's и многие другие.

Выручка сети Tesco в период с 2000 по 2005 год (млн. фунтов стерлингов)						
год	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Выручка сети	18 000	20 900	23 653	26 337	30 814	33 000
Выручка доставки	200	356	560	630	760	1000
% соотношения	1.11	1.70	2.37	2.39	2.47	3.03

По данным на конец 2005 года объем рынка электронной торговли в России составил от \$800 млн. до \$3,232 млрд.



Какие товары и услуги покупают россияне в интернет-магазинах

Крупнейшие интернет-магазины России (по итогам работы 2005 года)

№	Название магазина	Объем выручки, млн. долл.
1	003.ru	31.1
2	foto.ru*	25.1
3	mvideo.ru	24
4	ultracomp.ru	21.3
5	ozon.ru	19.3
6	dostavka.ru*	18
7	porta.ru*	17
8	techhome.ru*	16
9	m3x.ru*	13
10	megashop.ru*	13
11	palmshop.ru*	13
12	digitalshop.ru*	12.7
13	sotino.ru*	11.8
14	21vek.ru*	10.5
15	sendflowers.ru*	9.5
16	holodilnik.ru*	8.2
17	technosila.ru*	7
18	parter.ru	7
19	fotocam.ru*	6.6
20	softkey.ru	5.2

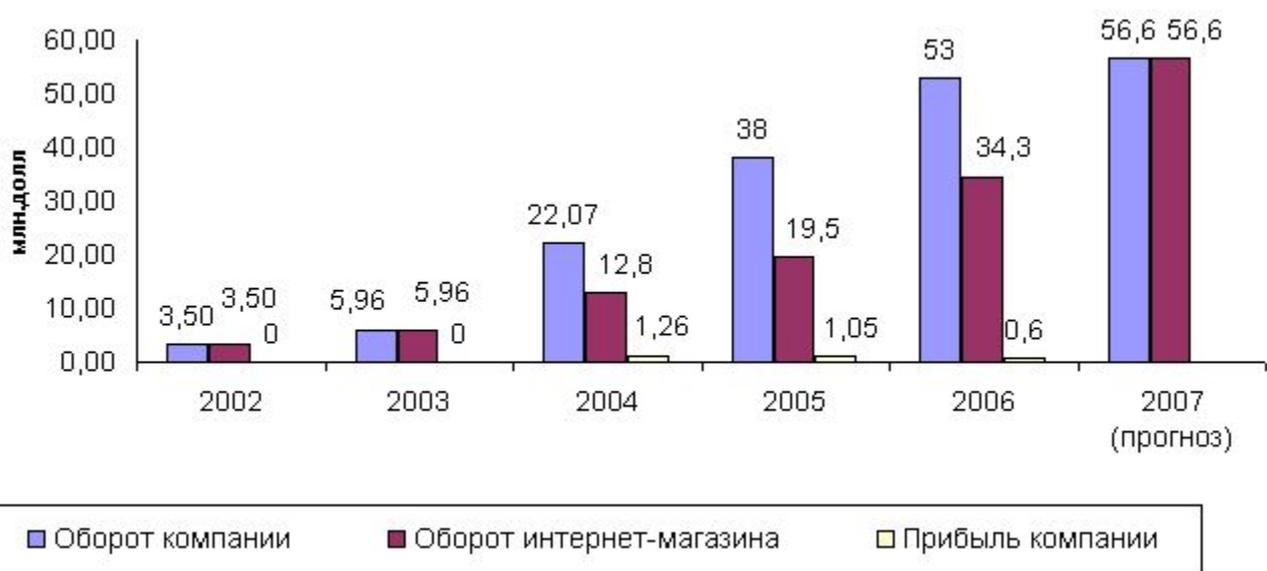
* По оценке Spews Analytics Источник: BEGIN Group, 2005 г.

Интернет-магазины, услугами которых чаще всего пользуются в России

Название магазина	% покупателей
ozon.ru	40
bolero.ru	15
ultracomp.ru	20
003.ru	12
books.ru	10
dostavka.ru	10
aromat.ru	6
другие магазины	37

Согласно опросу компании ROMIR Monitoring, 2005г.

Оборот и прибыль компании Ozon.ru, оборот интернет-магазина Ozon.ru – в 2002-2006 годах и прогноз на 2007 год



Препятствия для крупных сетевых компаний при организации Интернет-продаж

- Сложности при проектировании и создании качественного программного продукта;
- сопротивление инновациям региональных подразделений;
- отсутствие квалифицированных кадров;
- отсутствие опыта покупок через Интернет у населения;
- высокая стоимость пользования Интернет в регионах;
- отсутствие законодательной базы.

Аудитория пользователей российского сегмента сети Интернет за 2007 год

№	Город	% доступа к Интернет (+ 12 лет)
1	Москва	53,5
2	Санкт-Петербург	43
3	Екатеринбург	18*
4	Новосибирск	24*
5	Самара	17*
6	Пермь	15*
7	Краснодар	14*
8	Уфа	16*
9	Челябинск	18*
10	Казань	19*
11	Нижний Новгород	15*
12	Красноярск	15*

** жителей старше 16 лет, по данным Фонда Общественное Мнение, 2007 г*

Региональные проекты Интернет-продаж продуктовой розницы

№	Название	Год образования	Регион
1	Сеть Гроссмарт	2006	Казань
2	Сеть Европа	2004	Курск
3	Курский	2002	Воронеж
4	Мир вкуса	2006	Воронеж
5	Ассорти	н/д	Саратов
6	Сеть Елисейский	н/д	Тольятти
7	Сеть Звездный	2002	Екатеринбург
8	Multicare	2006	Санкт-Петербург



Преимущества для крупных сетевых компаний при организации Интернет-продаж

- подготовленная инфраструктура;
- отсутствие конкуренции;
- низкие затраты на входение в рынок.

Смена бизнес-приоритетов в мировой экономике



(Источник: Отчет Analytic Application Market Forecast 2000-2004. Deloitte&Touche, 2000г.)

Перспективы развития Интернет-продаж в РФ на период 2008-2012 год

- Выход в регионы;
- Развитие различных приложений доступа в Интернет;
- Инновационные формы организации продаж.





Спасибо за внимание