


# Организация Интернет-продаж в России: теория и практика

---

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



**НОЯБРЬ 2007**



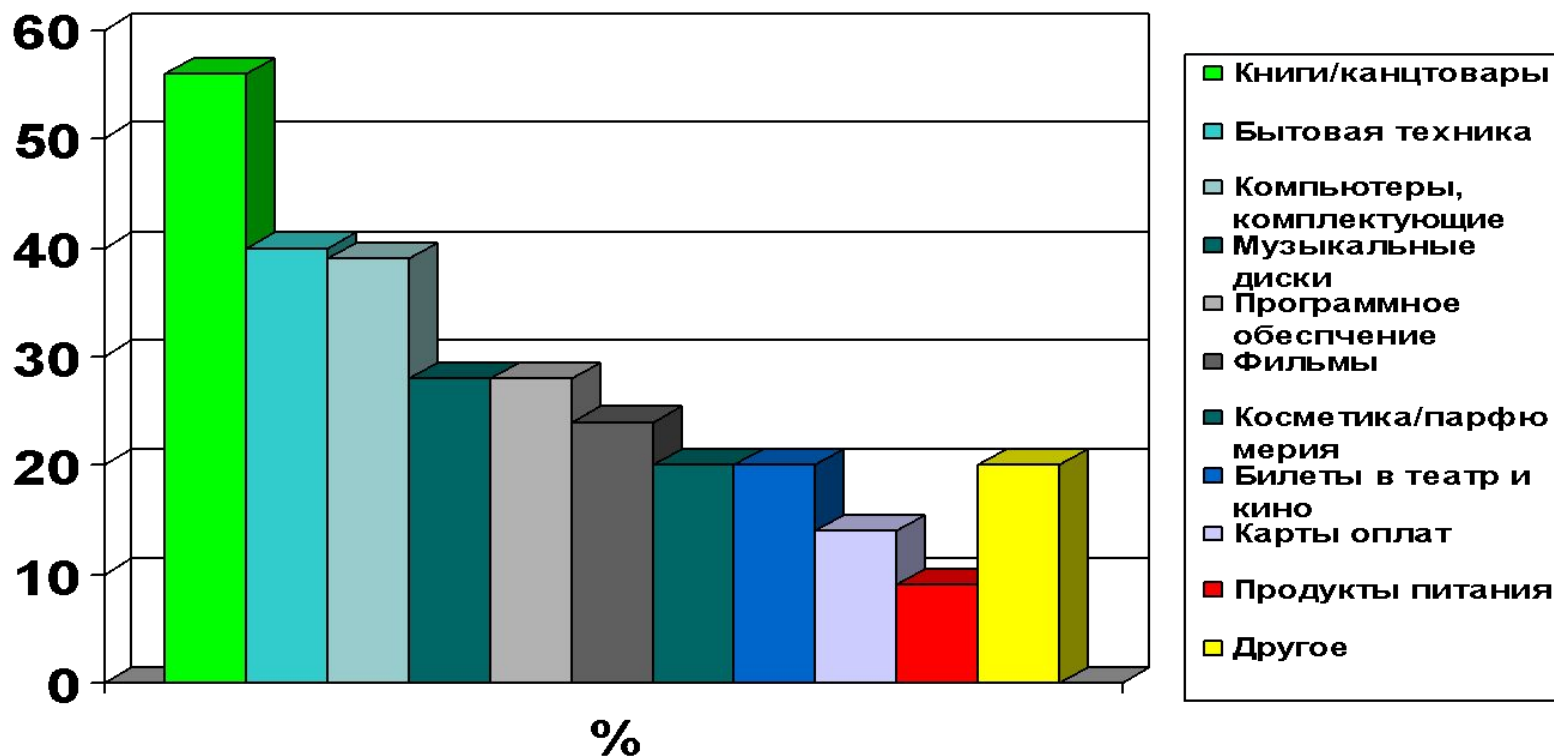
Согласно данным крупнейшего  
аналитического агентства Nielsen  
NetRatings число пользователей сети  
Интернет в 2005 году превысило 1 млрд.  
человек

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.

<b>Выручка сети Tesco в период с 2000 по 2005 год (млн. фунтов стерлингов)</b>						
<b>год</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>
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.

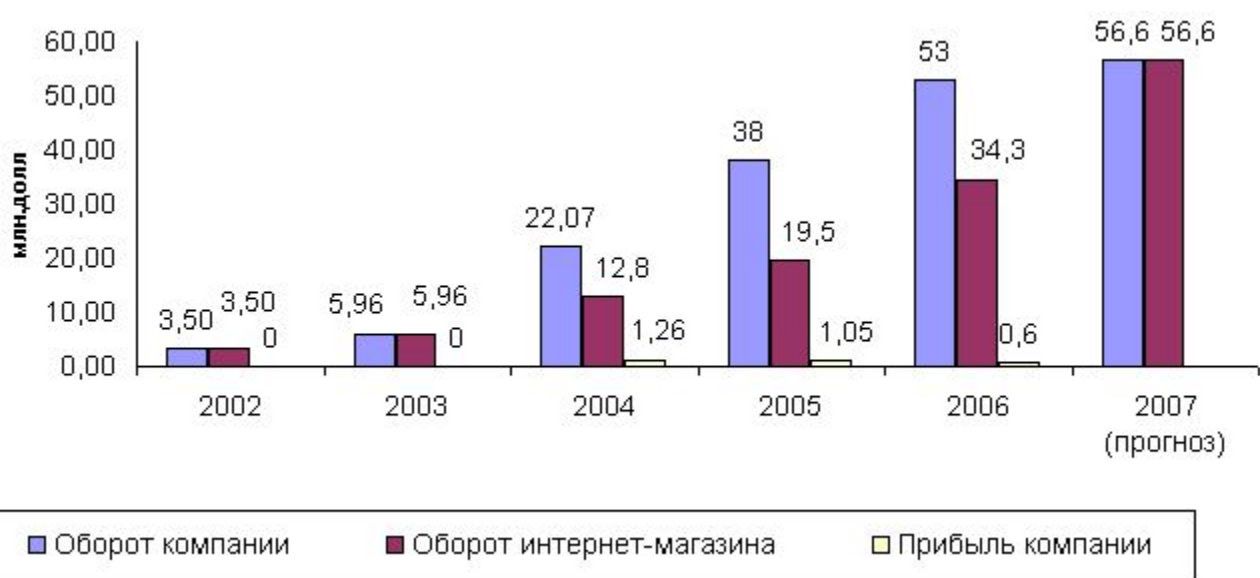
# Интернет-магазины, услугами которых чаще всего пользуются в России

---

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

---

<b>№</b>	<b>Название</b>	<b>Год образования</b>	<b>Регион</b>
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**