Рынок интернет-торговли* в России

Результаты 2016

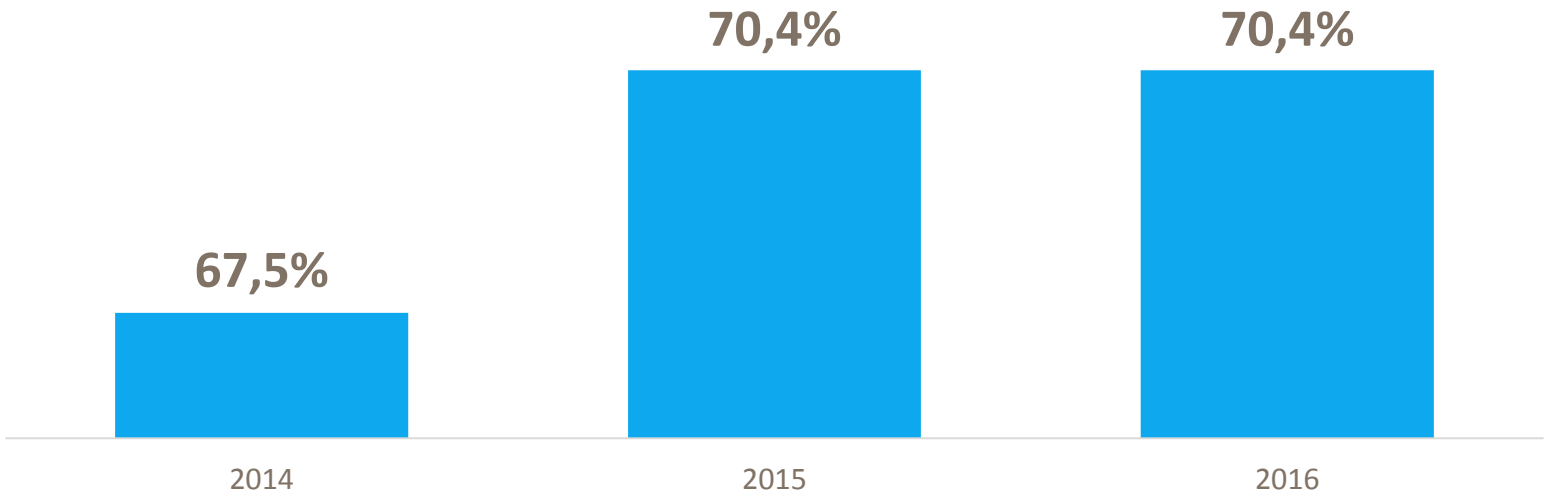
Источники: Аналитика АКИТ, Почта России, Admitad, GfK, J'son and Partners, другие открытые источники информации

**Розничная интернет-торговля - процесс реализации (розничной торговли) материальных товаров (без услуг) продавцами или исполнителями в сети Интернет, а также с помощью других дистанционных каналов продаж (колл-центр, мобильные приложения и т.п.)*

Проникновение интернета в России

84 млн. человек

являются пользователями интернета (16+)



Россия – рынок №1

в Европе по количеству пользователей интернетом

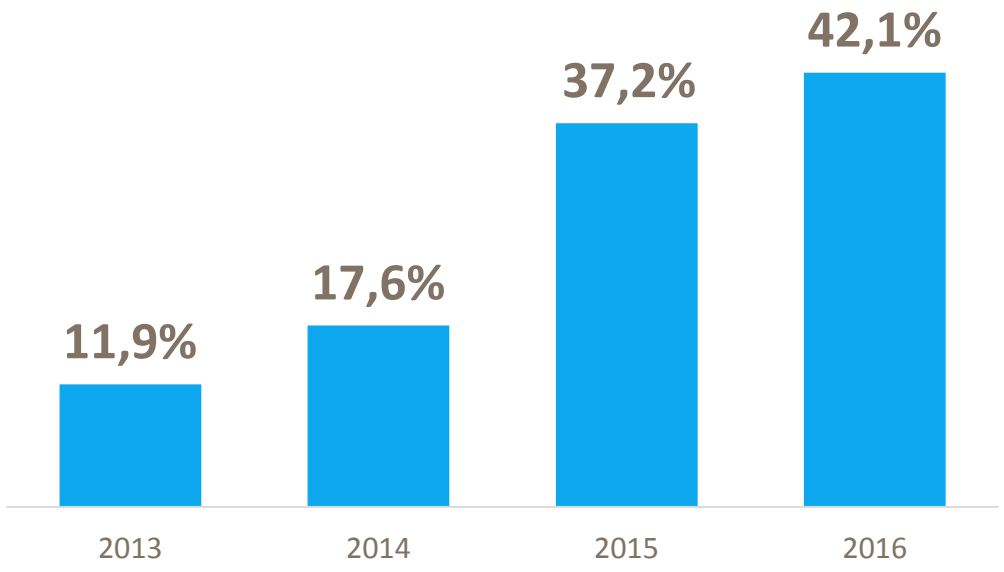
По данным GfK, результаты 2016 года

Интернет на мобильных устройствах

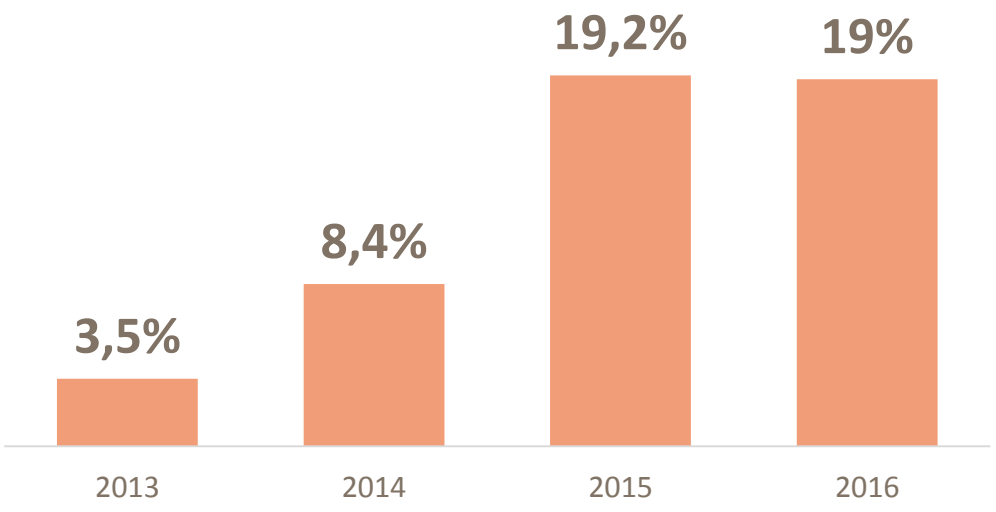
56 млн. человек (46,6%)

пользуются интернетом с мобильных устройств(16+)

Пользуются интернетом на **смартфонах**

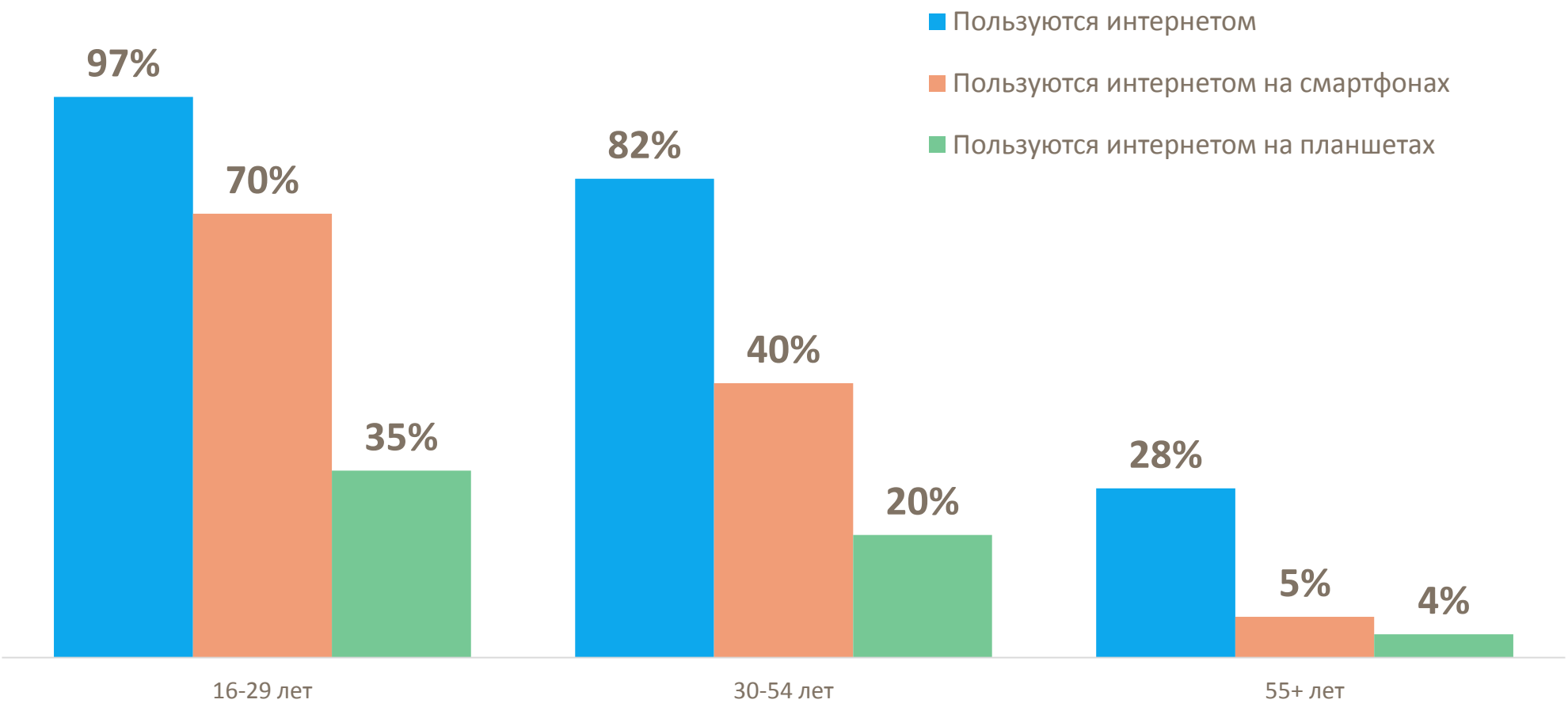


Пользуются интернетом на **планшетах**



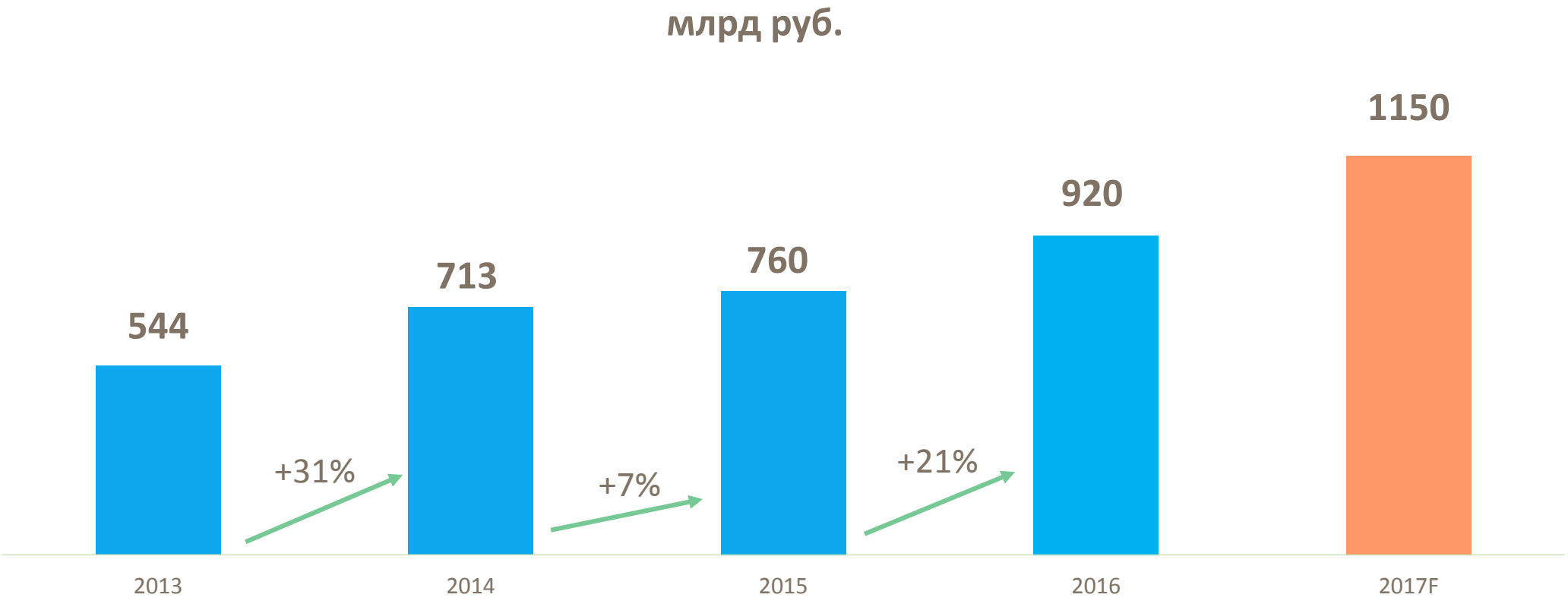
По данным GfK, результаты 2016 года

Профиль пользователей интернета



По данным GfK, результаты 2016 года

Объем рынка интернет-торговли в России



По данным АКИТ

«Сегодня мы видим одновременно два взаимоисключающих тренда. Первый: все властные структуры заметили, что существует интернет-торговля и очень озаботились состоянием отрасли. В этом есть благо: интернет-торговле пытаются помочь, ее пытаются регулировать, выводить ее «серую» часть в «белое» поле. Государство хочет, чтобы интернет-торговля стала белой, прозрачной, понятной всему обществу, и, в первую очередь, самому государству с точки зрения налогообложения, правил работы и т.д. Второй тренд заключается в том, что государство ничего не хочет делать для того, чтобы эту самую российскую интернет-торговлю защитить. Одновременно с белой, честной и контролируемой интернет-торговлей оно защищает очевидно «черную», «оффшорную» кроссбордерную, ввозящую в Россию товар без налогов и пошлин. Государство никак не может ее отрегулировать, хотя полтора года непрерывно идут разговоры о том, что нужно сделать равные условия между российской и зарубежной интернет-торговлей. До сих пор нет никакого четкого закона, вводящего пошлины и налоги для огромной оффшорной дыры в российской таможне, которая называется «трансграничная интернет-торговля». Сегодня уже сотни миллионов товаров беспошлинно и безналогово поступают на территорию РФ. К огромному сожалению, не хватает небольшого, но стратегического усилия, которое бы сдвинуло ситуацию с мертвой точки. При этом мы видим, что кроссбордер занимает в России долю уже 33%. Пройдет еще два года, и от российской интернет-торговли не останется вообще ничего, мы будем продавать исключительно китайские товары, а для Китая Россия станет рынком для беспошлинной торговли на нашей территории.

Кроме того, мы видим, что в России значительно улучшилась ситуация с логистикой, и мы очень рады, что Почта России становится самым главным логистом на российском рынке. Почта России очень хорошо укрепила свои позиции, но, к сожалению, улучшение ее работы – это удар по российскому ритейлу, потому что именно Почта является основным перевозчиком кроссбордерных товаров и проводником оффшорной интернет-торговли в РФ. Необходимо как можно быстрее внедрить понятные действенные методы взятия налоговых пошлин со всех посылок, которые поступают на территорию нашей страны. Когда Почта поможет нам это сделать, она сможет стать не только самым крупным логистическим игроком, но и огромным донором российского бюджета».

Алексей Федоров, Президент АКИТ

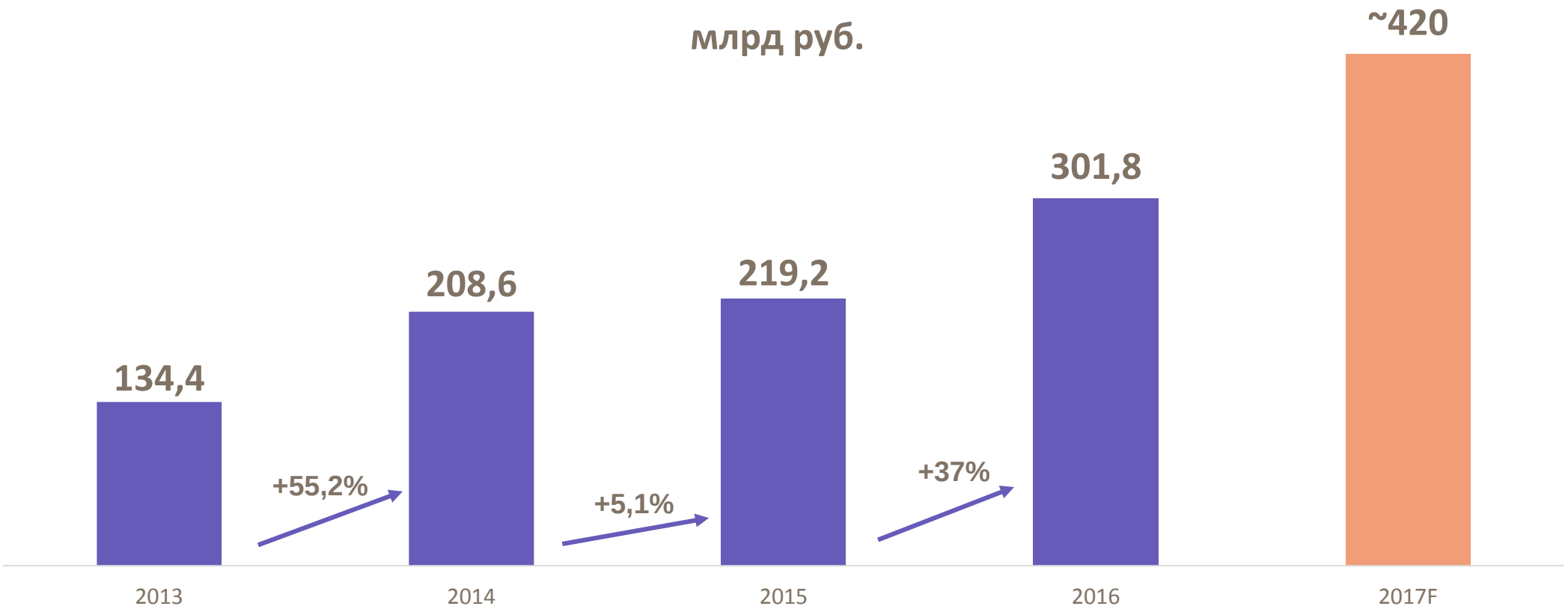
В 2016 году, вопреки многим прогнозам, рынок в целом и «Ситилинк» в частности показали динамику выше ожидаемой. Ключевым трендом, на мой взгляд, является уверенный рост доли интернет-торговли в общем обороте непродовольственной розницы. Пока традиционный оффлайн расскачивается, онлайн прирастает уверенными темпами. Произошло это за счет активного развития некоторых сегментов e-commerce и, в том числе, Fashion и DIY. В прошлом году участниками рынка была проделана огромная работа для того, чтобы ожидать от 2017 года кардинальных изменений. Прежде всего, в области либерализации некоторых отраслей торговли в Интернет, что должно стать серьезным толчком для интенсивного развития e-commerce в России.

Сегодня мы наблюдаем у потребителя обнадеживающие тенденции к накоплению, что чуть позже должно перерасти к восстановлению потребительской активности. Но рынок 2016 и 2017 года – это все еще рынок цены, которая является основным критерием выбора покупателя. Поэтому ретейлерам в очередной раз не стоит забывать про оптимизацию операционных костов, снижение которых позволит в данных реалиях оставаться конкурентными.

Темпы развития «Ситилинк» совпадают с общерыночными. За прошлый год оборот «Ситилинк» вырос на 22%. Традиционно мы показали отличную динамику в наших ключевых категориях - компьютеры, комплектующие, ноутбуки, офисная техника, а также мобильные телефоны, сматрфоны и DIY. В 2017 году планируем укрепить свои позиции как в онлайн, так и оффлайн-канале.

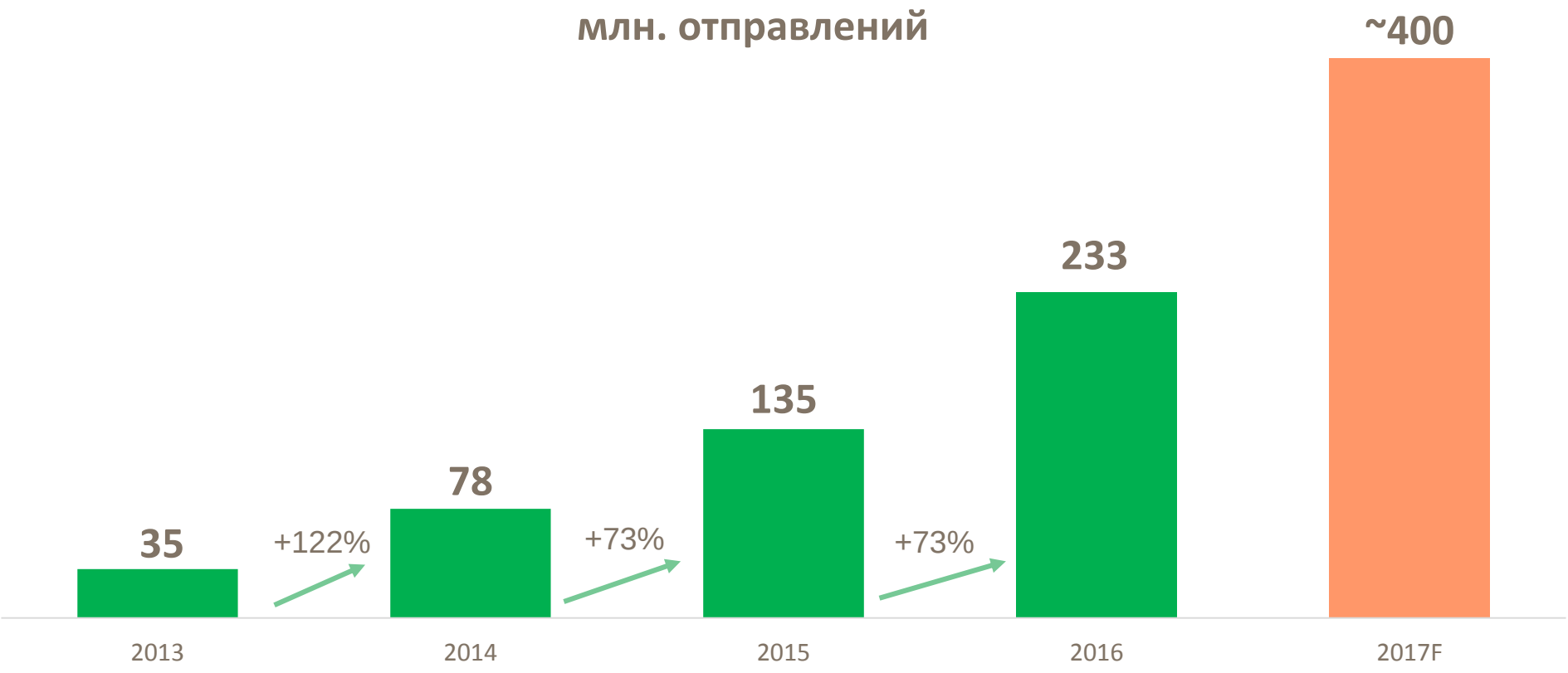
Михаил Славинский, генеральный менеджер электронного дискаунтера «Ситилинк».

Объем трансграничной торговли в России (импорт)



По данным АКИТ и J'son & Partners

Отправления с товарными вложениями из зарубежных интернет-магазинов



По данным АКИТ и Почты России

Динамика рынка в 2016

АКИТ АССОЦИАЦИЯ КОМПАНИЙ ИНТЕРНЕТ ТОРГОВЛИ

По итогам 2016:

Количество входящих международных отправлений с товарным вложением

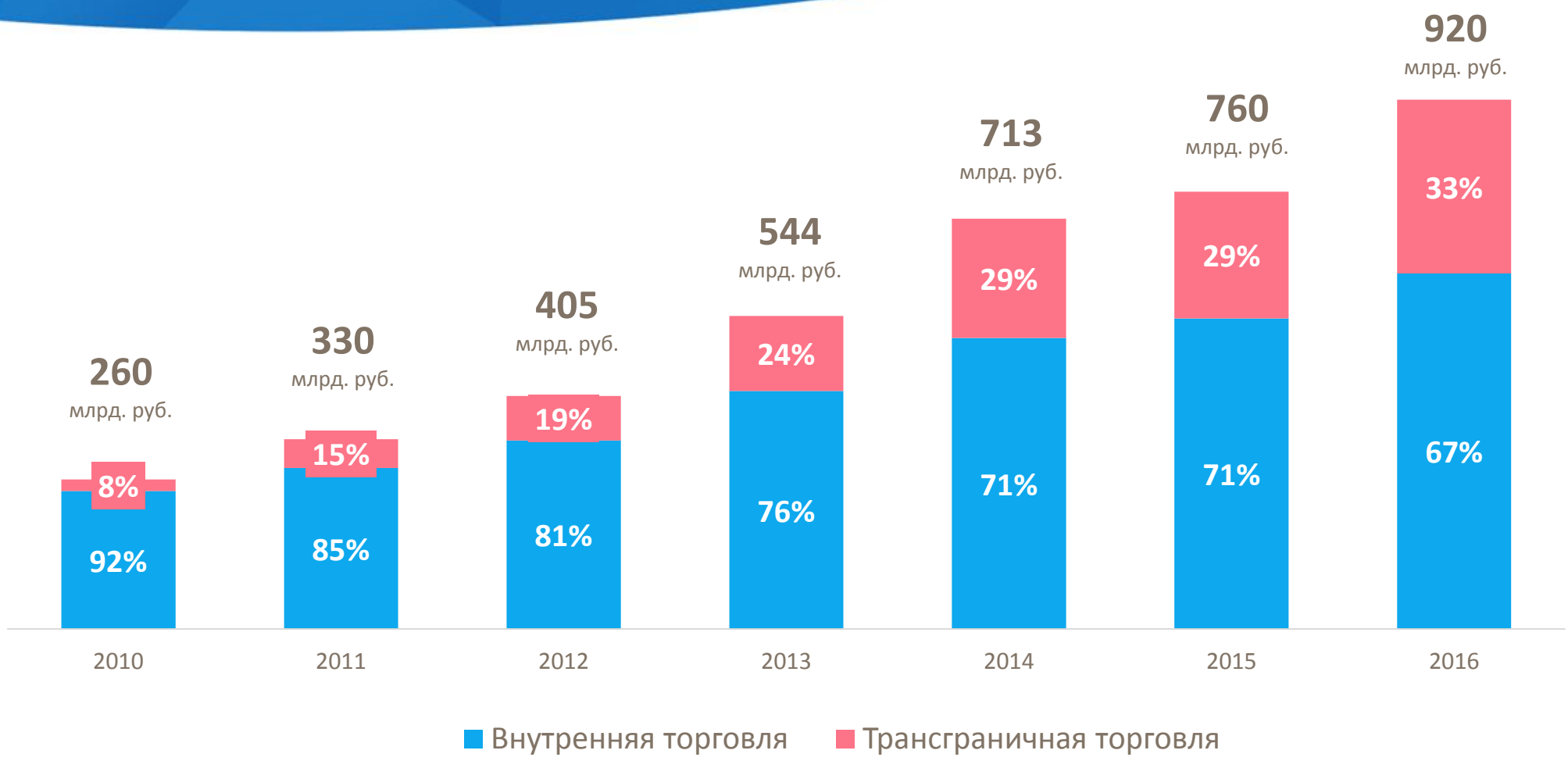
выросло на **73%**

Количество заказов на внутреннем рынке

выросло на **6%**

По данным АКИТ и Почты России

Российский рынок интернет-торговли



По данным АКИТ

Приятно видеть, что e-commerce в России продолжает стремительно развиваться.

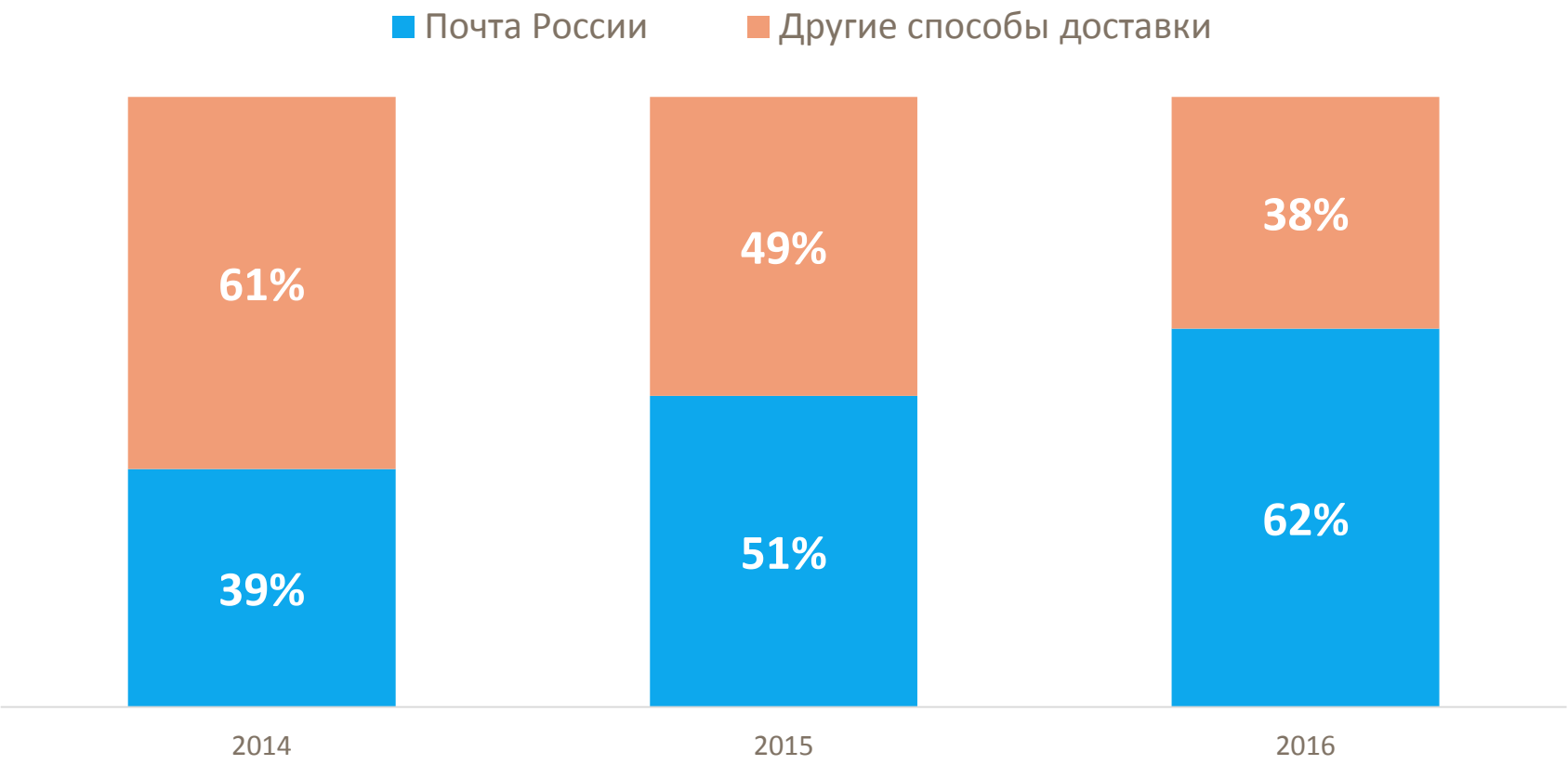
Этому способствует улучшение покупательской способности населения и всё большая популярность интнрнет-торговли.

Вместе с тем, сохранился и ряд сдерживающих факторов, не позволяющих рынку расти в полную силу. Это и существующие запреты на дистанционную продажу лекарств, алкоголя, и сохраняющиеся правовые коллизии при реализации ювелирных изделий, и высокая стоимость эквайринга для интернет-магазинов и др.

Трансграничная торговля продолжает опережать по темпам роста локальный рынок. Если дисбаланс в условиях ведения бизнеса сохранится, то зарубежные компании полностью завоюют российский e-commerce.

Артем Соколов, Исполнительный директор АКИТ

Способы доставки товаров в интернет-торговле



По данным АКИТ и Почты России

Почта России продолжает уверенно наращивать свою долю на рынке доставки отправлений с товарным вложением. Мы не только справляемся с растущим объемом посылок, но и сокращаем сроки доставки. Все больше покупателей и интернет-магазинов выбирают Почту России как надежный и быстрый канал доставки товара, голосуя за нас рублем. А для удобства получателей мы продолжаем запуск удобных сервисов на «последней миле», чтобы процесс отправки и получения посылок занимал минимальное время.

Сергей Малышев, Заместитель генерального директора Почты России по посылочному бизнесу и экспресс-доставке

Распределение по товарным категориям на локальном и трансграничном рынке

(в денежном выражении)

Локальный рынок

Прочее:

- Аксессуары и подарки
- Зоотовары
- Офисное оборудование
- Стройматериалы, товары для ремонта
- Украшения
- Продукты питания
- Книги
- Другое

Трансграничный рынок

Широкая география присутствия, абсолютная узнаваемость бренда, диверсифицированный ассортимент товаров, а также высокотехнологичная логистическая и информационная инфраструктуры позволяют Группе Компаний «Детский мир» поддерживать значительные темпы роста бизнеса и укреплять свои лидерские позиции на рынке детских товаров.

Завершившийся 2016 год оказался успешным для Компании – мы значительно увеличили выручку в розничных магазинах и интернет-магазине.

Интернет-торговля остается самым быстрорастущим каналом продаж Группы Компаний. По итогам 2016 года выручка данного направления выросла более чем в 2 раза до 2,7 млрд руб. Запущенная в 2015 г. услуга самовывоза интернет-заказов из розничных супермаркетов сети стала одним из ключевых драйверов роста выручки интернет-магазина, что обеспечило лидерство Группы Компаний по продаже детских товаров в интернет-сегменте в 2016 г.

Надежда Киселева, начальник Управления по внешним и внутренним коммуникациям ГК "Детский мир"

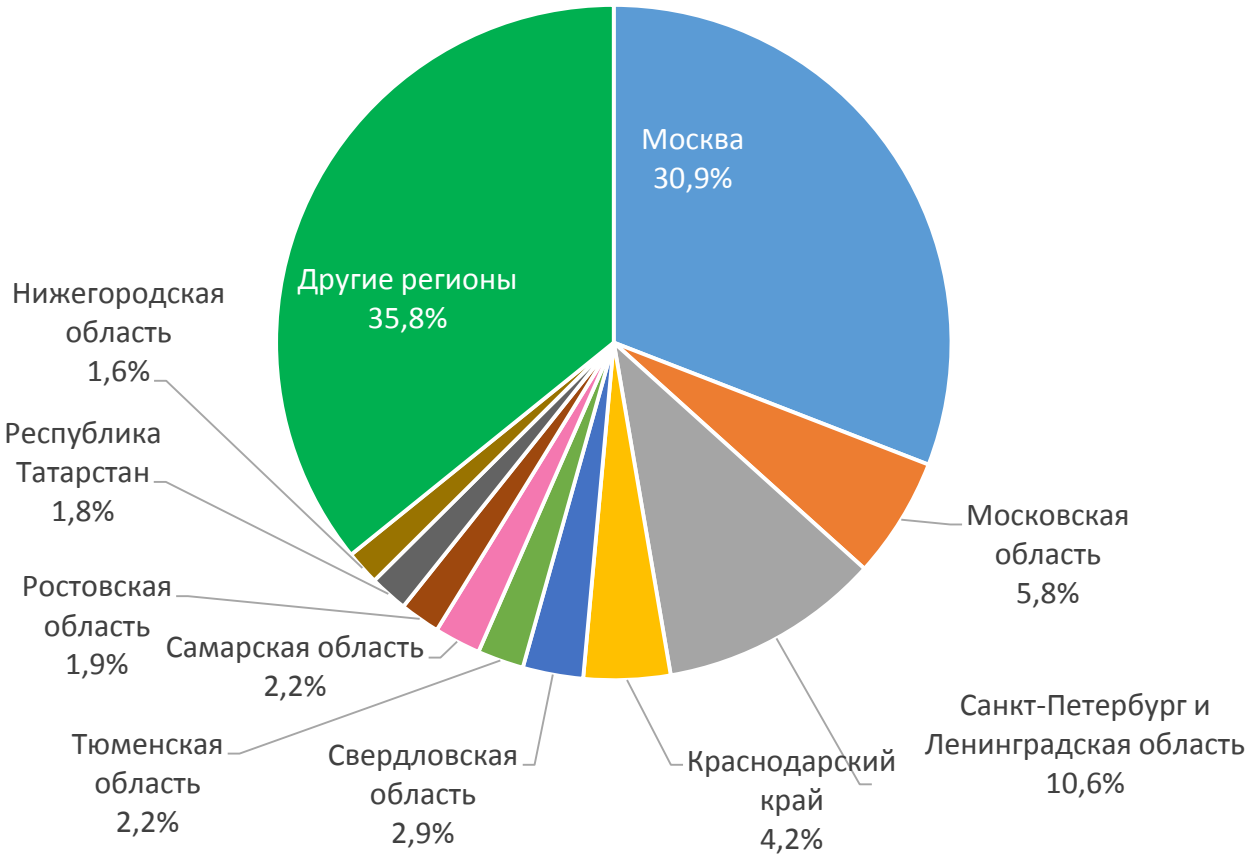
В 2016 году наша компания продемонстрировала традиционно уверенный рост во всех каналах продаж, продолжила развитие онлайн-канала и расширение товарной матрицы, политика экспансии была реализована на заявленном ранее уровне. Наши покупатели по всей стране предпочитают совершать покупки в "Эльдорадо" как офлайн, так и онлайн, о чем свидетельствует значительный рост онлайн-продаж почти на 38%. Таким образом, доля онлайн приблизилась к 19% от общего оборота компании - данный показатель является лучшим в ритейле. Все достигнутые результаты служат наглядным подтверждением силы бренда "Эльдорадо", высоким доверием к нему со стороны потребителей, партнеров и экспертов рынка.

Михаил Никитин, генеральный директор компании «Эльдорадо».

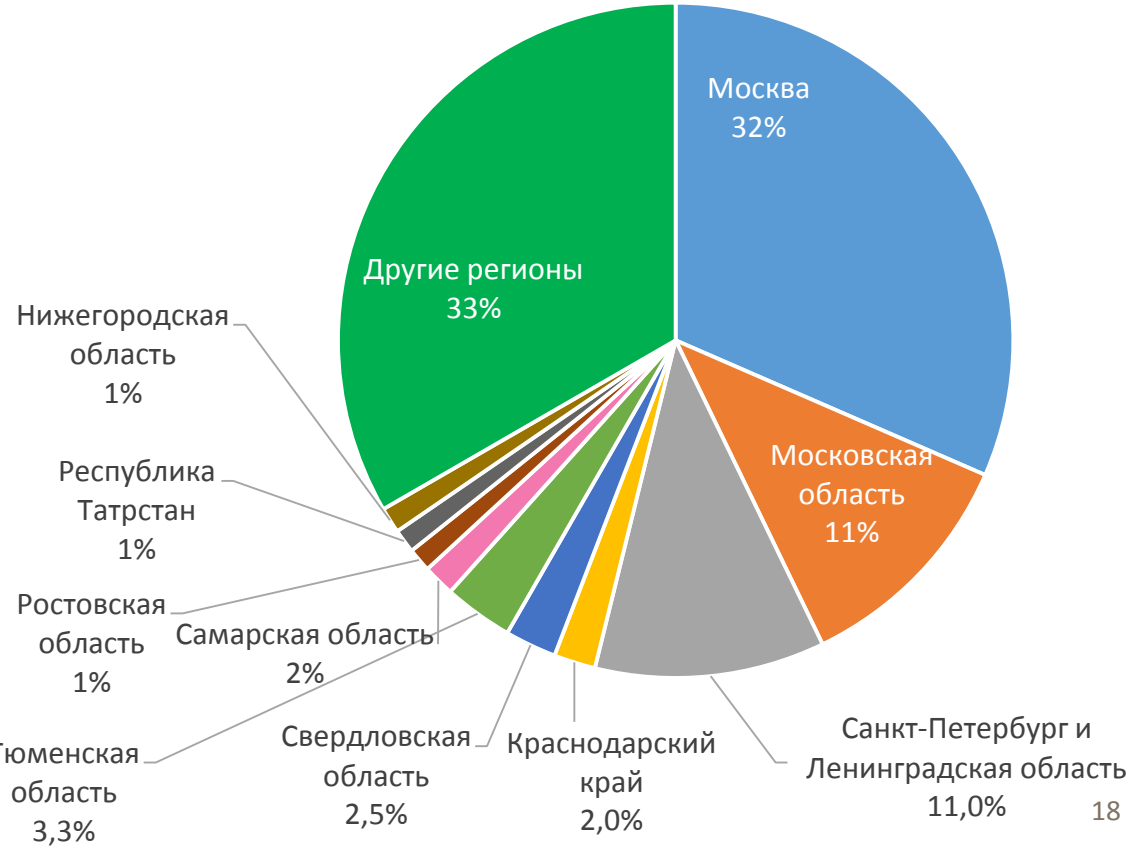
Региональное распределение рынка интернет-торговли (в денежном выражении)

АКИТ АССОЦИАЦИЯ КОМПАНИЙ ИНТЕРНЕТ ТОРГОВЛИ

Локальный рынок



Трансграничный рынок



2016 год был очень важным для нас, наш первый опыт в регионах, мы открыли два региональных склада в Екатеринбурге и Казани. Что позволило обеспечить доставку на следующий день для городов этих регионов. В то же время это был год вызовов, мы испытывали давление с точки зрения цена и промо.

Дэнни Перекальски, генеральный директор OZON.ru.

Прошлый 2016 год был непростым, как для клиентов, так и для ретейлеров. Однако уже с января мы отмечаем рост продаж в целом в пределах 5% по отношению к прошлому году. При этом наиболее уверенный рост демонстрируют именно регионы. Также уверенную динамику демонстрирует продажи сегмента b2b в Юлмарте, их доля в выручке компании составляет около четверти. Здесь мы фиксируем рост сразу по двум параметрам – и по среднему чеку, и по выставленным счетам. При этом в целом на рынке отмечается падение среднего чека в данном сегменте в районе 10-15%. Что касается b2c сегмента, покупатели отдают предпочтение бюджетным товарам и продолжают придерживаться стратегии экономии.

На наш взгляд, спад покупательной активности, который мы наблюдали в первом квартале этого года, временное явление. К концу 2017 года спрос стабилизируется и рынок будет показывать положительную динамику. В текущем году, по нашим оценкам, рост начнется уже в третьем квартале, и, безусловно, все игроки рынка электронной торговли будут активизироваться и готовиться к этому моменту. Смартфоны, по-прежнему с будут оставаться одним из самых мощных инструментов покупок. В ближайшей перспективе именно эти устройства станут основным гаджетом для клиентов, приобретающих товары онлайн.

Дмитрий Богомолов, директор по исполнению заказов компании Юлмарт.

Регионы с самым высоким ростом трансграничной торговли в 2016

(по сравнению с 2015)

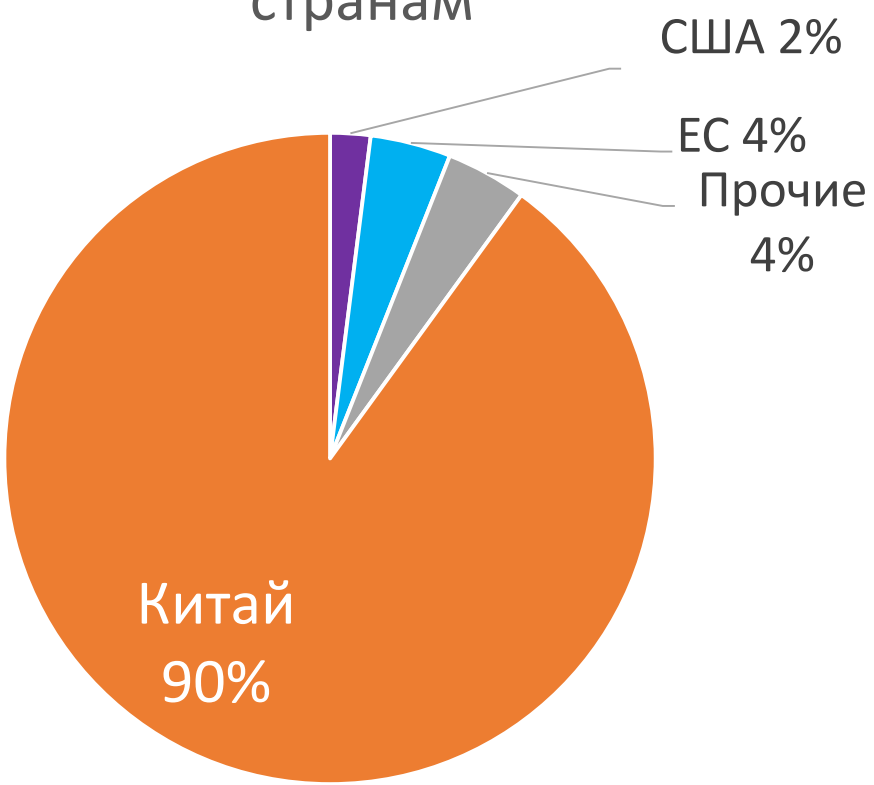
АКИТ Ассоциация компаний интернет торговли

Субъект РФ	Рост в рублях,%
Республика Северная Осетия-Алания	68,3
Ивановская область	65,5
Республика Мордовия	65,4
Республика Тыва	63,2
Республика Адыгея (Адыгея)	63
Республика Саха (Якутия)	62,9
Республика Дагестан	62
Смоленская область	60,8
Оренбургская область	60,5
Республика Кабардино-Балкария	60,4
Республика Карачаево-Черкесия	59,9
Москва	36

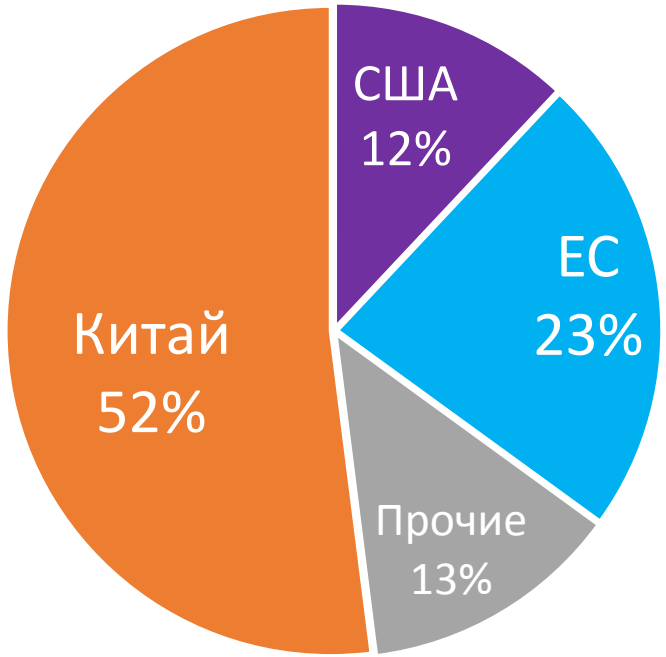
Субъект РФ	Рост в рублях,%
Республика Хакасия	59,2
Краснодарский край	58,7
Еврейская автономная область	58,6
Владимирская область	58,5
Воронежская область	57,8
Камчатский край	56,7
Пензенская область	56,7
Республика Калмыкия	56,6
Рязанская область	56,3
Республика Марий Эл	55,9
Тверская область	55,1
Санкт-Петербург	37,7

Затраты Россиян в зарубежных интернет-магазинах по странам

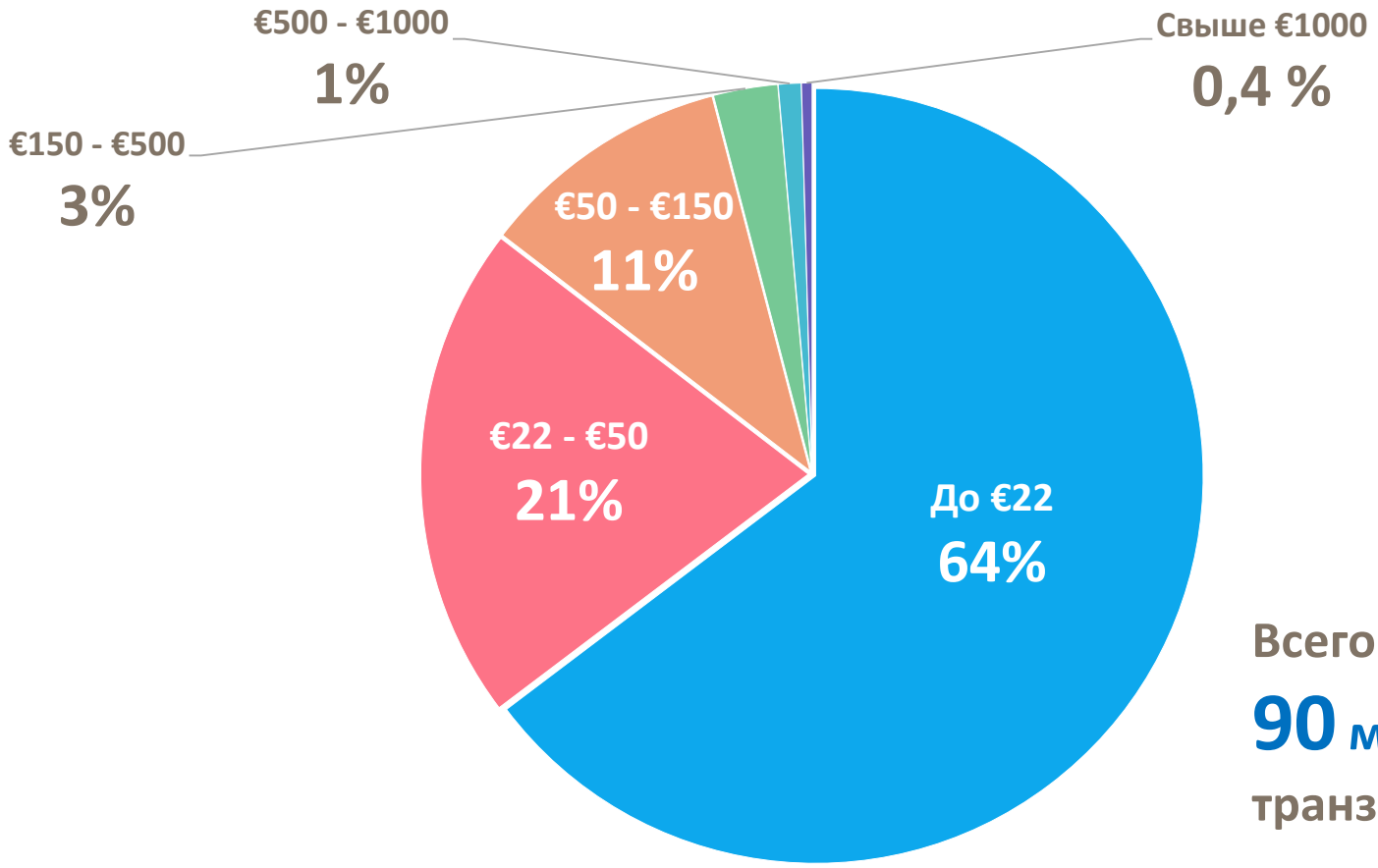
Распределение посылок по странам



Распределение затрат россиян по странам



Стоимость покупок в зарубежных интернет-магазинах



Всего

90 млн

транзакций

Аудитория крупнейших интернет-магазинов

АКИТ Ассоциация компаний интернет торговли

№	Сайт магазина	Аудитория*, млн чел.
1.	Aliexpress.ru	22,194
2.	Ozon.ru	8,987
3.	Eldorado.ru	7,564
4.	Dns-shop.ru	6,976
5.	Mvideo.ru	6,923
6.	Wildberries.ru	6,772
7.	Ulmart.ru	6,012
8.	Ebay.ru	5,157
9.	Lamoda.ru	4,548
10.	Citilink.ru	4,420

№	Сайт магазина	Аудитория*, млн чел.
11.	Svyaznoy.ru	4,118
12.	Apteka.ru	3,959
13.	Alibaba.com	3,936
14.	Sportmaster.ru	3,7
15.	Labirint.ru	3,437
16.	Bonprix.ru	2,982
17.	Technopoint.ru	2,783
18.	Leroymerlin.ru	2,723
19.	MediaMarkt.ru	2,624
20.	Laredoute.ru	2,186

№	Сайт магазина	Аудитория*, млн чел.
21.	Detmir.ru	2,016
22.	220-volt.ru	2,011
23.	Tehnosila.ru	1,976
24.	Holodilnik.ru	1,933
25.	Vseinstrumenti.ru	1,904
26.	Gearbest.com	1,894
27.	Yves-rocher.ru	1,771
28.	Piluli.ru	1,749
29.	Euroset.ru	1,658
30.	Avon.ru	1,603

*Количество уникальных пользователей, зашедших на страницу интернет-магазина в течение Января 2017 года по данным TNS. (Несколько посещений учитывается, как один уникальный пользователь)

Контрафакт в интернете

АКИТ АССОЦИАЦИЯ КОМПАНИЙ ИНТЕРНЕТ ТОРГОВЛИ

- Доля товарных предложений с контрафактной продукцией в зависимости от товарной категории колеблется от **5%** до **30%**

- Наиболее подвержены категории одежды и обуви популярных брендов

Бытовая техника и электроника

внутренний рынок интернет-торговли

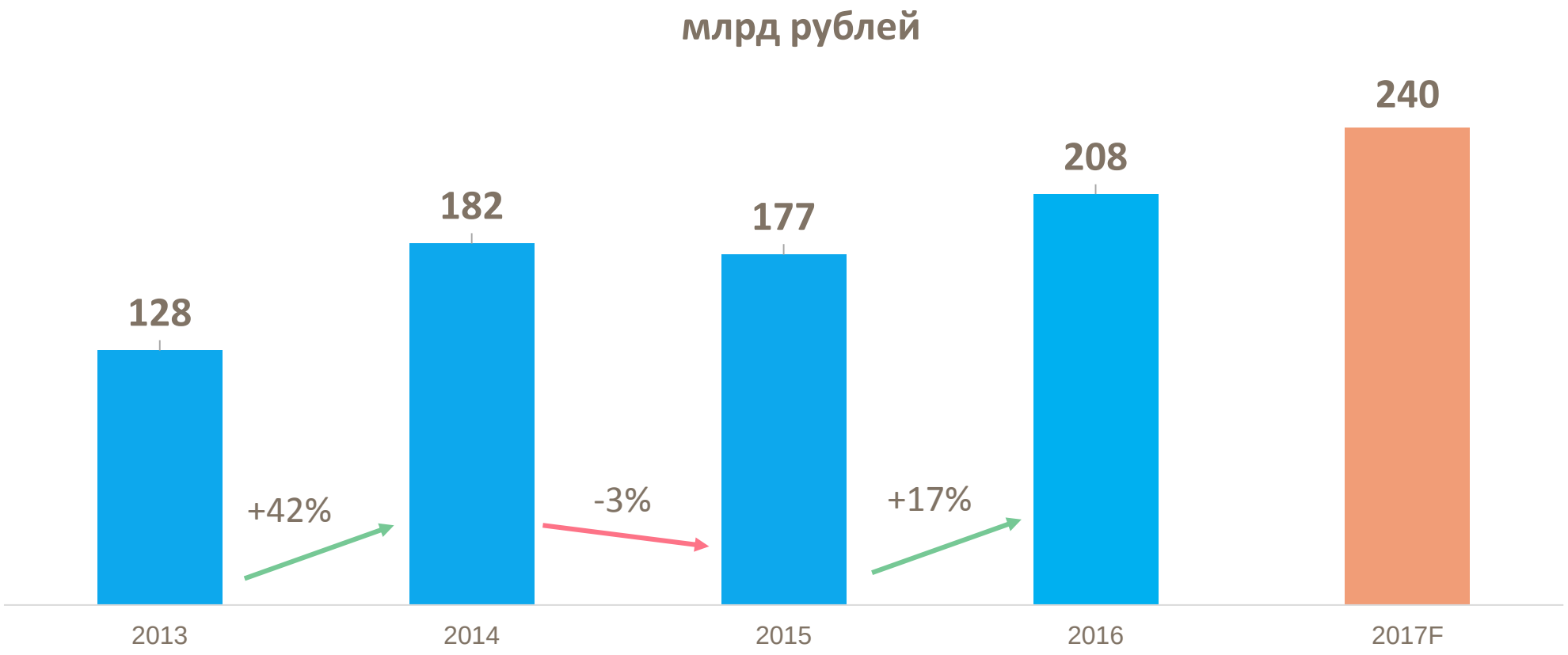
АКИТ АССОЦИАЦИЯ КОМПАНИЙ ИНТЕРНЕТ ТОРГОВЛИ

ПОЧТА РОССИИ

GfK

Источники: Аналитика АКИТ, GfK

Объем продаж в категории «бытовая техника и электроника» в e-commerce в России



По данным GfK, прогноз АКИТ

В 2016 году можно выделить несколько трендов в e-commerce, характерные для всего сегмента бытовой техники и электроники. Покупатели не только ищут информацию о товаре, используя смартфон или планшет, но и все чаще совершают с помощью мобильных устройств покупки. Рост трафика с мобильных устройств на svyaznoy.ru и конверсия при заказах с мобильных устройств стали в 2016 году одними из ключевых драйверов продаж в онлайн-канале ритейлера.

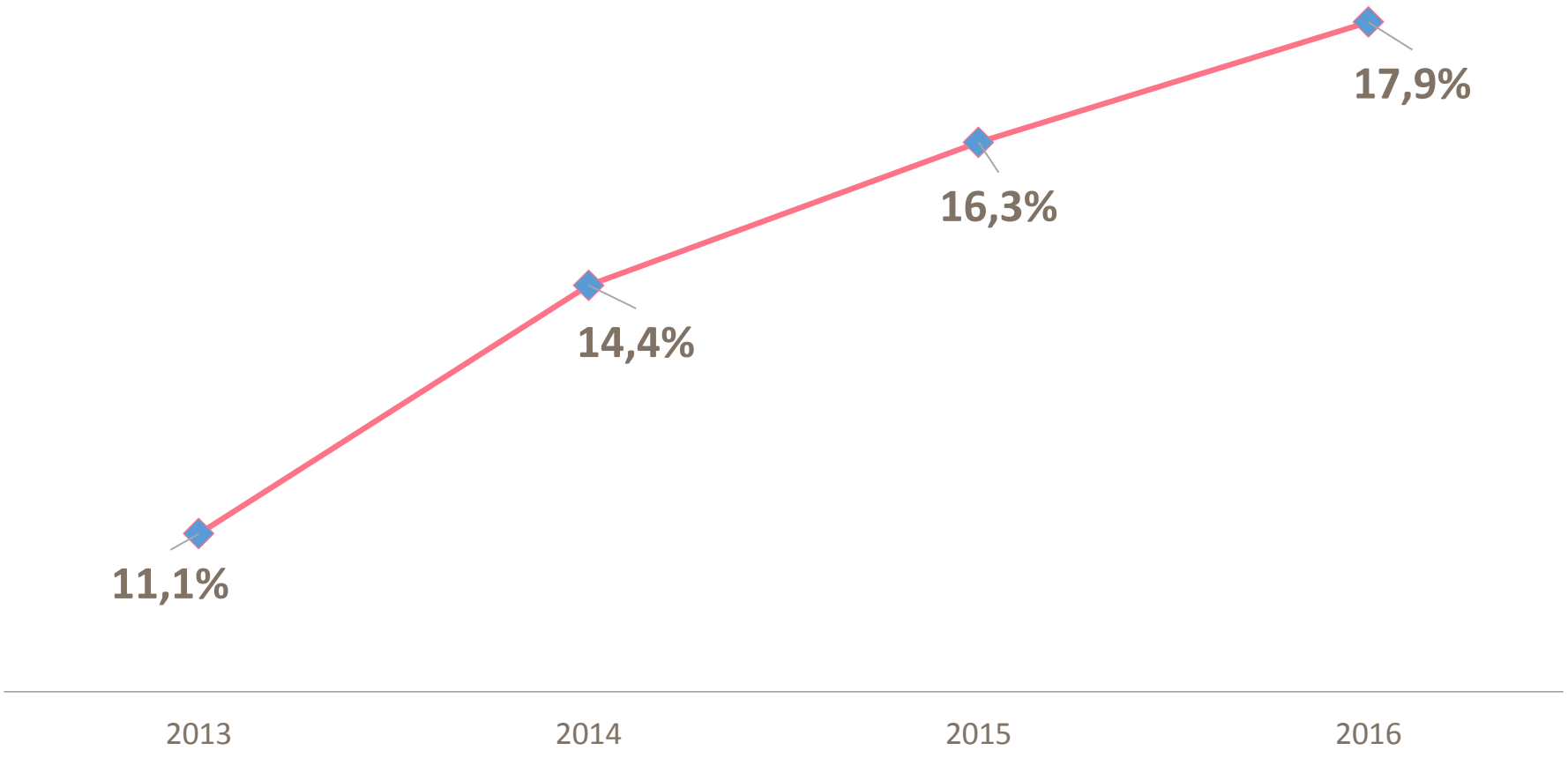
Конкурентная борьба между крупными игроками в течение года усиливалась: ритейлеры работали над улучшением предложений, сервисов, постоянно проводили маркетинговые акции, направленные на привлечение клиентов и работали над увеличением лояльности действующих клиентов.

Мы видим, что, несмотря на рост количества клиентов, совершающих дорогие покупки в сегменте персональной электроники, клиенты по-прежнему рациональны и обращают внимание на выгодные предложения от ритейлеров.

В числе главных событий для “Связного” в 2016 году отметим запуск адаптивного дизайна сайта и собственного мобильного приложения, а также расширение ассортимента ритейлера за счет новых товарных категорий.

Нелли Мухитдинова, начальник управления интернет-продвижения «Связного».

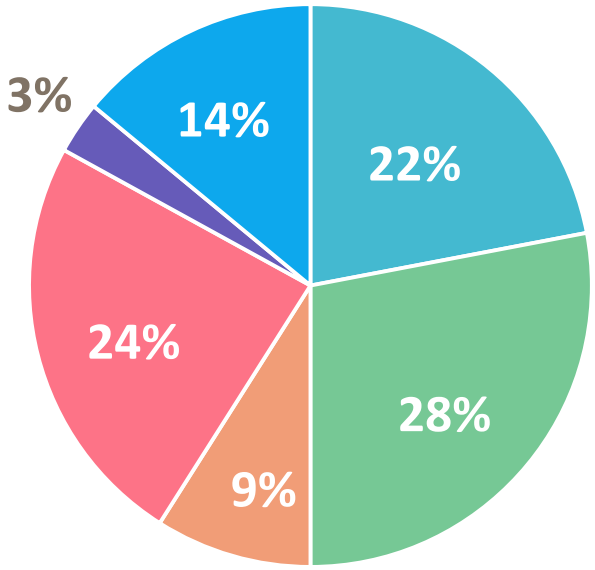
Доля e-commerce в ритейле в категории «бытовая техника и электроника»



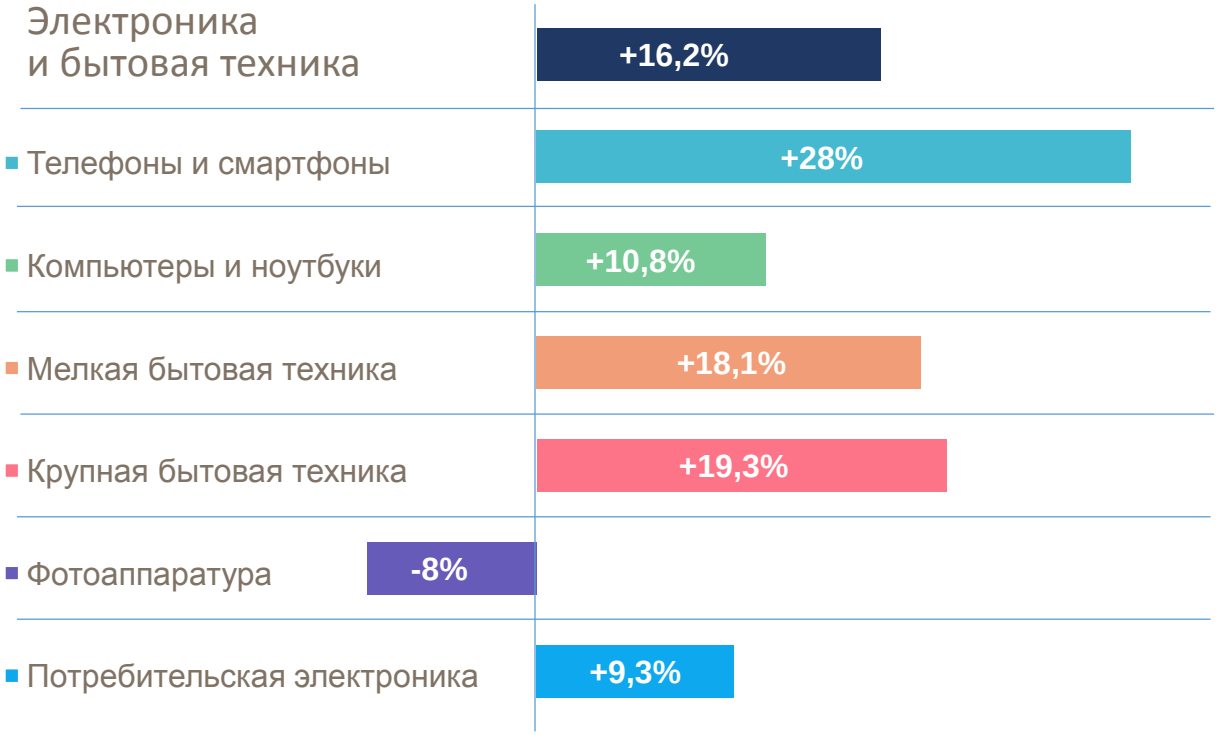
По данным GfK

Товарные категории БТиЭ в 2016

Наиболее популярные категории товаров в e-commerce в сегменте электроника и бытовая техника, % от объема продаж

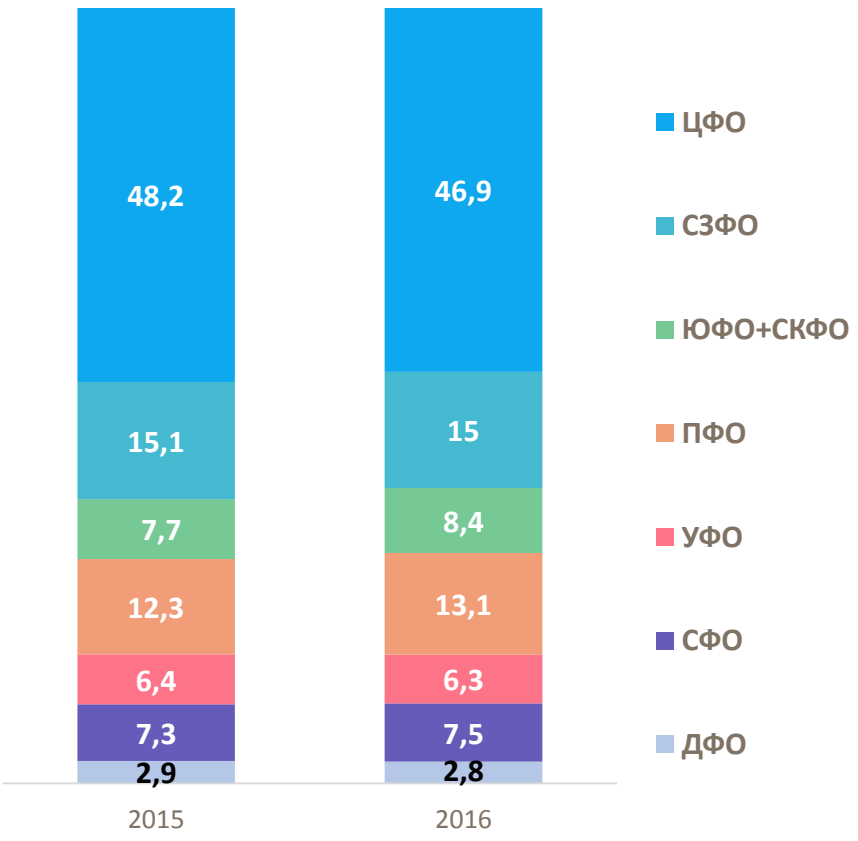


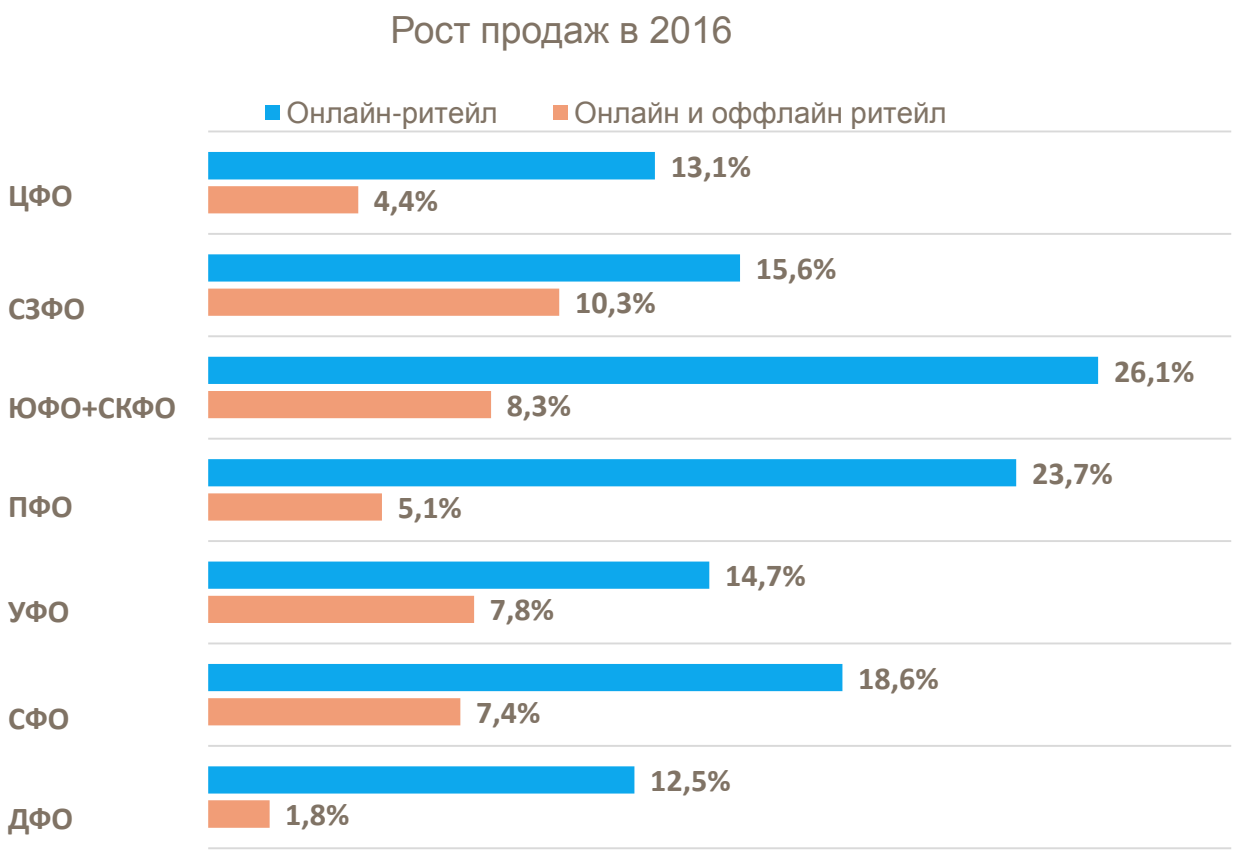
Рост товарных категорий в 2016 году



По данным GfK

Бытовая техника и электроника в e-commerce, объем и рост по округам в 2016





По данным GfK