



Беспалов
и партнеры

Маркетинговое исследование

Рынок интернет торговли





Объект исследования: рынок интернет торговли.

Цель: изучение тенденций мирового и российского рынка интернет торговли, выявление специфики рынка интернет торговли в Санкт-Петербурге и разработка рекомендаций по выходу на рынок новой компании.

Описание проекта: в данной работе дается обзор рынка интернет-торговли, основные тенденции и перспективы развития. Анализируются возможности и угрозы при создании интернет-магазина, а также факторы влияющие на его деятельность. Рассматриваются основные аспекты успешной маркетинговой стратегии данного предприятия.

Регион исследования: Россия и Санкт-Петербург.

Источники информации:

- данные Федеральной службы государственной статистики;
- данные Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по г. Санкт-Петербургу и Ленинградской области;
- материалы и пресс-релизы компаний-участников рынка, ассоциаций;
- экспертные оценки ведущих специалистов и отраслевых аналитиков, опубликованные в открытых источниках информации: отраслевых справочниках, каталогах, специальных выпусках (СМИ).

Уважаемые пользователи, обращаем Ваше внимание на то, что данное исследование подготовлено компанией «Беспалов и Партнеры» и представляет собой аналитико-экспертную оценку согласно избранной тематике. Однако отчет не является основой для какого-либо инвестиционного предложения и, следовательно, компания «Беспалов и Партнеры» не несет ответственности за убытки и/или ущерб, возникшие в результате использования опубликованной в данном отчете информации и/или экспертных мнений.

СОДЕРЖАНИЕ

Анализ российского рынка интернет торговли	5 стр.
Место России в мировом рынке интернет торговли	5 стр.
Характеристика рынка интернет торговли России	9 стр.
Оценка факторов развития интернет торговли в России	14 стр.
Основные игроки рынка	17 стр.
Потребители интернет магазинов	20 стр.
Региональная структура рынка	21 стр.
Разработка маркетинговой стратегии интернет-магазина	24 стр.
SWOT-анализ	24 стр.
Анализ стадии жизненного цикла товара и выбор маркетинговой стратегии	31 стр.
Выбор и обоснование средств маркетинговой коммуникации	33 стр.
Риски и возможности	38 стр.
Основные выводы и рекомендации	41 стр.
Информация об ООО «Беспалов и партнеры»	43 стр.

Список рисунков:

Рисунок 1 Доли регионов в объемах мировой интернет торговли с прогнозом до 2016 г., %

Рисунок 2 Объемы интернет торговли по странам мира в 2013 г., млрд. фунтов стерлингов

Рисунок 3 Объём электронных покупок за 2013 год на одного пользователя интернета по странам мира, фунтов стерлингов

Рисунок 4 Количество реально работающих интернет-магазинов (более 2-х заказов в месяц) в рунете в 2007-2012 гг. и прогноз на 2013 г.

Рисунок 5 Изменение объема рынка по категориям (к 2011 году), %

Рисунок 6 Объем рынка интернет-торговли по сегментам в 2012 г., млрд. руб.

Рисунок 7 Структура рынка интернет-торговли по величине объема продаж по сегментам в 2012 г., %

Рисунок 8 Количество интернет-заказов в сутки в 2012 г., тыс.

Рисунок 9 Рост месячной интернет-аудитории за период 2004-2012 гг., млн. чел и годовой прирост месячной интернет-аудитории за период 2004-2012 гг., %

Рисунок 10 Доля крупных, средних и мелких магазинов (по сегментам), %

Рисунок 11 Топ-30 интернет-магазинов Рунета

Рисунок 12 Проникновение интернета в разных населенных пунктах в 2012 г., %

Рисунок 13 Рост аудитории интернета в регионах России в 2011 г. и 2012 г., %

Список таблиц:

Таблица 1 Сопоставление оценок объемов рынка интернет торговли России и прогнозов его развития по данным различных источников

Таблица 2 Описание сильных и слабых сторон, возможностей и угроз

Таблица 3 SWOT –анализ

Таблица 4 Анализ значения рыночных угроз

Таблица 5 Анализ значения рыночных возможностей

Выдержки из исследования:

Оценки рынка онлайн торговли в России 2012 г. и прогнозы его развития разными исследовательскими компаниями даются разные.

Таблица Сопоставление оценок объемов рынка интернет торговли России и прогнозов его развития по данным различных источников

Источник	Объем интернет торговли России 2012 г.	Прогноз 2015	Прогноз 2017	Прогноз 2020
PayOnline	X X X млрд долл.			
Ассоциация компаний интернет-торговли (АКИТ)	X X X млрд долл.			
Data Insight	X X X млрд долл.			
Morgan Stanley	X X X млрд долл.	X X X млрд долл.		X X X млрд долл.
InSales.ru	X X X млрд долл.			
Euromonitor International (EI)	X X X млрд долл.			
inFOLIO Research Group	10,2 млрд долл.		15,6 млрд долл.	20,3 млрд долл.
SearchLaboratory.com	X X X млрд долл.			

Средняя от оценок рассмотренных компаний составляет XXX млрд. долл.

Число интернет-магазинов стабильно растет и на данный момент примерно равно 39 тыс. Большинство сегментов товаров показывают рост объемов продаж. Среди них лидируют «Товары для дома», «Косметика и парфюмерия», «Зоотовары». Величина продаж билетов на мероприятия, книг, а также объемы групповых покупок уменьшаются. По количеству заказов в сутки безусловным лидером является «Одежда и обувь».

[...]

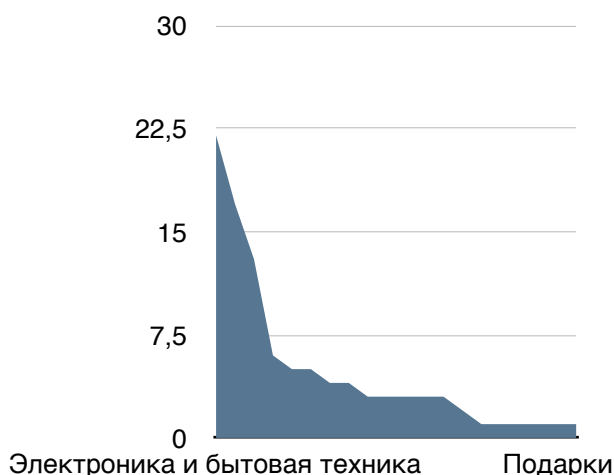


Рисунок Структура рынка интернет-торговли по величине объема продаж по сегментам в 2012 г., %

Динамичное и стабильное увеличение объемов онлайн-покупок и числа интернет-магазинов говорят о ненасыщении рынка. Интернет-торговля в России развивается, ведение данного бизнеса становится все более прибыльным. В настоящее время наиболее выгодна торговля в сегментах, берущих на себя наибольшие объемы продаж, это «Электроника и бытовая техника», «Одежда, обувь», «Компьютеры и ноутбуки». А наиболее перспективными для начала интернет-бизнеса являются самые быстрорастущие сегменты: «Товары для дома», «Косметика и парфюмерия», «Зоотовары».

[...]

Основным фактором развития интернет торговли, по нашему мнению, является технический прогресс. Развитие технологий приводит к росту доступности домашней цифровой техники (компьютеры, ноутбуки) и выхода в интернет. А это две физические составляющие онлайн-покупок. Во-вторых, развитие программного обеспечения способствует увеличению простоты онлайн покупок. Это касается как появления специального ПО для мобильных устройств, так и упрощения «обычного» обслуживания в интернет-магазине.

Для мобильных устройств создаются разнообразные приложения на базе Android и iOS, которые предоставляют удобный доступ с планшетов и смартфонов к электронным магазинам. Упрощение обслуживания означает увеличение простоты оформления заказа, обслуживания покупок и оплаты заказа. Поскольку технический прогресс перманентен и не может превратиться в технический регресс, мы также прогнозируем рост рынка онлайн торговли. Но поскольку интернет-бум уже позади, в количественном выражении, на наш взгляд, рост в дальнейшем будет составлять 15-20% в год.

[...]

Сегменты товаров в интернет-торговле существенно различаются по уровню консолидации. Больше всего крупных магазинов в сегментах «Групповые покупки», «Продукты питания» и «Книги». Поэтому глобальную корпорацию в этом сегменте построить уже крайне сложно. Мелких магазинов больше всего в сегментах «Украшения», «Оборудование B2B» и «Мебель». В этих сегментах отвоевать рынок новой компании будет намного проще. Еще одним перспективным направлением будет консолидация мелких фирм в этих сегментах. Лидерами

рынка интернет торговли в настоящее время являются компании Ozon.ru, Utkonos.ru, Wildberries.ru и Lamoda.ru.

[...]

Для интернет-магазина больше, чем для оффлайн торговли, важна репутация в сети, наличие положительных отзывов и отсутствие отрицательных. Это связано с тем, что потребитель уже находится в онлайн пространстве и может получить необходимую информацию за пару кликов. Значительное преобладание наличных расчетов говорит о важности организации в интернет-магазинах удобной системы оплаты наличными. Поскольку наиболее активная аудитория с высокими доходами покупает как в российских интернет-магазинах, так и за границей, имеет место международная конкуренция за эту аудиторию, которую необходимо выигрывать российским компаниям. При продвижении интернет-магазина основной упор должен делаться на поисковую оптимизацию.

[...]

В региональной структуре интернет торговли можно выделить следующие сегменты:

1. Москва и Санкт-Петербург. По данным поисковой системы «Яндекс. Маркет» в Санкт-Петербурге и Москве зарегистрировано примерно 15 тысяч интернет-магазинов, на долю которых приходится 40% покупателей и 60% оборота интернет-торговли в России.

Однако рынки насыщены, темпы роста небольшие.

2. Города миллионники. В городах миллионниках прирост интернет торговли составляет 100% ежегодно, но сами объемы продаж пока не большие.
3. Небольшие города, где 5 лет назад коммерция начала развиваться очень бурно. Эти рынки очень велики и есть большая конкуренция. Но они растут не так сильно.
4. «Спящие» рынки. Экономически успешные регионы, интернет-проникновение высокое. Однако e-commerce не воспринимается всерьез. Перспективны на горизонте 5-7 лет, однако пока что большой динамики нет.
5. Маленькие города. Наиболее перспективные, как по интернет-аудитории, так и по конверсии пользователей в покупателей. Люди там привыкли покупать «по картинке» и считают почту вполне приемлемым способом доставки. Когда туда придёт интернет, этот рынок может «выстрелить».

Региональные рынки растут гораздо быстрее столичных, их прирост составляет от 50% в год.

[...]

Региональная структура роста интернет торговли и аудитории интернета совпадает. 70% новых покупателей живут не в Москве, а в малых и средних городах. 86% новых пользователей интернета живут за пределами Москвы и Санкт-Петербурга. Интернет торговле необходимо ориентироваться на регионы, и развитие региональных интернет продаж будет зависеть от роста проникновения интернета в регионы.

[...]

Благодаря анализу SWOT определились направления совершенствования работы интернет-магазина. Для улучшения системы логистики необходимо создание собственной курьерской службы и складов. Магазину требуется развитие ассортимента и клиентской базы. Для выигрыша в конкурентной борьбе необходимо предоставление более привлекательных условий на фоне конкурентов, проработка уровня цен максимально привлекательных для рынка,

создание новых форматов торговли, продажа уникальных товаров. Для устойчивого развития продаж необходимо использование высокоэффективных маркетинговых средств, таких как SEO и вирусная реклама.

[...]

Основными средствами маркетинговой коммуникации интернет - магазина могут быть:

1. SEO-продвижение.
2. Контекстная реклама.
3. Изготовление, печать и распространение флаеров.
4. Вирусный маркетинг.
5. Размещение рекламы в профильных изданиях.
6. Формирование общественного мнения.

Информация о компании «Беспалов и партнеры»

Консалтинговая группа «Беспалов и партнеры» – это компания, специализирующаяся на предоставлении комплексных консультационных услуг в различных сферах бизнеса:

- ✓ управленческое консультирование,
- ✓ бизнес-планирование,
- ✓ оптимизация бизнес-процессов,
- ✓ разработка маркетинговых программ,
- ✓ обучение и развитие персонала,
- ✓ весь спектр юридических и бухгалтерских услуг.

Основными направлениями деятельности компании является разработка программ развития, регламентация бизнес-процессов, помощь в привлечении финансирования, управление активами и услуги для банков, а также формирование систем маркетинга и продаж для компаний любого уровня и самого широкого спектра деятельности, как для российских, так и международных компаний.

Мы предоставляем нашим клиентам актуальную и достоверную информацию, профессиональные рекомендации для ведения бизнеса.

Специалисты компании «Беспалов и партнеры» обладают большим экспертным опытом. За 7 лет работы реализовано более 300 проектов в сферах консалтинга, бизнес-планирования, маркетинга.

Все продукты и услуги «Беспалов и партнеры» построены на проверенных научно-исследовательских методиках. При проведении маркетинговых исследований и разработке бизнес-планов эксперты Компании используют принятые во всем мире методики оценки эффективности инвестиционных вложений, придерживаясь российских и международных стандартов качества.

В Экспертный Совет компании входит более 30 экспертов из Москвы, Санкт-Петербурга и регионов, в том числе с опытом консультирования крупнейших российских и зарубежных предприятий (РосАтом, Фонд "Сколково" и др.), структур Правительства РФ, а также европейских и африканских государств.

Профессиональный подход, высококвалифицированные специалисты, глубокие знания различных рынков, большой проектный опыт и постоянное совершенствование позволяют компании «Беспалов и партнеры» оказывать высококачественные услуги всем своим клиентам.

Мы сотрудничаем с ведущими деловыми и профессиональными СМИ, в т.ч. журналами:

- ✓ "Эксперт Северо-Запад",
- ✓ Coach Magazine,
- ✓ "Товарищ",
- ✓ газетой "Деловой Петербург" и другими.

Среди наших клиентов:

ЗАО «Эфес Россия» (Москва), ОАО «Охтинский завод строительных машин» (Санкт-Петербург), ЛенТПП (Санкт-Петербург), ЗАО «ФАРМА ВАМ» (Санкт-Петербург), Федерация фигурного катания (Санкт-Петербург), ОАО «Морнефтегазстрой» (Санкт-Петербург), ООО «Нео Логистика» (Санкт-Петербург), Завод трансформаторных подстанций СЭТ (Санкт-Петербург), Arminson Investments Limited (Британские Виргинские о-ва), Xpotteer LLC (Франция), Нечаев и партнеры (Германия), Легка Хода (Украина).

Наши партнеры:

ЛенТПП (Санкт-Петербург), Санкт-Петербургская организация бизнес-ангелов, Ассоциация Консалтинговых Компаний (АСКОНКО), Центр международной торговли, Городское агентство по промышленным инвестициям (Санкт-Петербург), Евро инфо центр, Coach Magazine, Группа компаний «Новафинанс» (Санкт-Петербург), Технопарк «Ингрия» (Санкт-Петербург), СПб НИУ-ВШЭ, СПб ГУАП, Урбэкс-развитие (Москва), Организация экспертного консультирования «НЕОКОН» (Москва), COFACE (Франция), Xpotteer LLC (Франция), Confindustria, provincia Veneto (Италия), Kouvola Innovation Oy (Финляндия), Stowarzyszenie Integracja Europa-Wschód (Польша).

Контактная информация:

www.bespalov-group.ru

Общие вопросы: +7 (812) 716-11-91 . info@bespalov-group.ru

Отдел продаж: +7 (812) 993-10-99 y.kalashnikov@bespalov-group.ru

Благодарим за интерес к нашей работе!