

## ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ В РОССИИ 2018

Аналитическое агентство Data Insight в декабре ушедшего года выпустило исследование, объединяющее все их предыдущие отчеты за 2018 г., а также публичные исследования и данные об интернете, онлайн-покупках, доставке из онлайн-магазинов и о покупателях.

В ходе исследования анализировались: данные опросов; агрегированные/анонимизированные данные сервисов, отслеживающих поведение пользователей (браузерные расширения и т. п.); статистика посещаемости интернет-магазинов (счетчики + панельные измерители); собственные данные интернет-магазинов; данные B2B-сервисов, которые обслуживают интернет-магазин.

Ниже приведены некоторые результаты исследования.

### Интернет-торговля в мире

Самым большим рынком интернет-торговли на сегодня является Китай. В табл. 1 приведены характеристики ключевых мировых рынков (оборот интернет-торговли включает услуги).

Самая высокая доля импорта в онлайн-покупках — на Африканском континенте и Ближнем Востоке — 50 %. В Латинской Америке она составляет 44 %, в Восточной Европе (и России)

— 43 %, в Австралии и Новой Зеландии — 35 %, в Азии — 21%, в Западной Европе — 15 %, в Северной Америке — 14 %.

Россию относят к рынкам, которыми интересуются зарубежные бренды. Однако решение о выходе на эти рынки принимается большинством мировых компаний исходя из их размера, уровня инфраструктуры или политической ситуации.

Следует выделить три категории рынков интернет-торговли.

**Рынки верхнего эшелона.** Эти рынки являются крупными или достаточно зрелыми, благодаря чему привлекают существенные инвестиции в интернет-торговлю, или их относительно легко обслуживать вследствие существующей инфраструктуры.

**Рынки “второй волны”.** Многие международные бренды мониторят данные рынки, но они обычно не становятся первыми площадками запуска.

**Рынки выжидания.** Бренды также проявляют интерес к данным рынкам, но их размер, уровень инфраструктуры или политическая ситуация обуславливают решение отложить выход интернет-магазинов и компаний на них. Именно к этой категории относят и Россию.

### Аудитория интернета в России

В Российской Федерации 74 % населения старше 12 лет охвачены интернетом, 86 % из них пользуются им ежедневно. Аудитория приросла за год на 3 % и составляет сегодня 90 млн. человек.

По сравнению с 2017 г. на 20 % увеличилось количество пользователей, выходящих в Сеть с мобильных устройств (21,6 млн. человек). На такой же процент сократилось число тех, кто использует только компьютер (16 млн.), однако они проводят в интернете больше времени (в среднем 100 минут в день). Выбор устройства напрямую зависит от возраста пользователя, однако большинство используют несколько каналов. Возраст пользователей интернета и предпочитаемые ими устройства для выхода в Сеть представлены на рис. 1.

### Российские B2C- и C2C-рынки

Интернет-торговля (B2C) — это покупка у юридического лица материальных товаров через интернет, включая мобильные приложения, социальные сети и мессенджеры, где покупка — резервирование, заказ на доставку, оплата и получение.

Таблица 1

Страны/показатели	Ключевые рынки						
	Китай	США	Велико-британия	Германия	Индия	Россия	Бразилия
Население, млн. человек	1390	330	66	83	1340	144	209
Проникновение интернета, %	54	76	95	84	30	76	61
ВВП на душу населения, тыс. долл.	8,83	59,5	39,7	44,5	1,9	10,7	9,8
Доля интернет-торговли в ВВП, %	4,5	2,6	7,9	3,1	1	2,5	1
Конечное потребление домохозяйств, млрд. долл.	4700	12800	1700	1950	1500	800	1300
Объем B2C интернет-торговли, млрд. долл.	680	440	220	82,5	37,6	32,5	15,8
Logistics Performance Index Rank*	26	14	9	1	44	75	56
Ease of Doing Business Index Rank**	78	6	7	20	100	35	125

\* — показатель эффективности логистики

\*\* — индекс легкости ведения бизнеса