

## РЫНОК ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В ИССЛЕДОВАНИЯХ

Аналитическое агентство **Data Insight** в конце года выпустило несколько исследований рынка электронной торговли за 2018/2019 гг. Они касаются как отдельных секторов (одежда и обувь, бытовая техника и электроника, детские товары, продукты питания), так и состояния развития самого рынка (логистика, экспорт, география доставки), а также сегмента мобильной рекламы.

В своих исследованиях агентство использует следующие источники данных и методики: опросы покупателей и бизнесов; мониторинг посещаемости интернет-магазинов (данные Яндекс.Радара, SimilarWeb и др.); мониторинг количества заказов интернет-магазинов (более 3000 ритейлеров); собственные данные интернет-магазинов (более 100 ритейлеров); агрегированные данные B2B-сервисов (логистических, платежных и т. д.); анализ выборочных данных по онлайн-поведению интернет-пользователей (“клик-стримы”); анализ контента сайтов (ассортимент, цены, отзывы); статистика поисковых интересов пользователей.

Data Insight при поддержке Dynamic Field проведено исследование **“Онлайн-заказ продуктов питания”**. Статистика сектора приводится по 34 магазинам продуктов питания, входящим в Топ-1000 российских интернет-магазинов.

Краткие итоги исследования:

за 2018 г. было оформлено 5,45 млн. заказов на сумму 22,9 млрд. руб.;

средний чек составил 4200 руб.;

в 2018 г. интернет-магазины оформили на 49 % заказов больше, чем за тот же период в 2017 г.;

доля интернет-магазинов на рынке e-commerce составила 2 % по количеству заказов;

конверсия сектора — 19 %;

доля mobile в трафике составила 46 %.

При поддержке Lamoda было выпущено расширенное исследование **“Онлайн-рынок одежды и обуви”**. В нем приведены данные по магазинам одежды и обуви, которые входят в Топ-1000 интернет-ритейлеров по количеству заказов за 12 месяцев, с июля 2018 г. по июнь 2019 г. (пороговое значение для вхождения в Топ-1000 — примерно 30 тыс. заказов в год).

Ключевые тезисы исследования:

был оформлен 101 млн. заказов на сумму 215 млрд. руб.;

средний чек сократился на 17 % и составил 2120 руб.;

объем онлайн-продаж в сегменте вырос на 36 %, количество заказов — на 63 % по сравнению с тем же периодом прошлого года (07.2017 г. — 06.2018 г.);

доля интернет-магазинов на рынке e-commerce составила 38 % по количеству заказов;

конверсия сектора — 14,5 %;

доля mobile в трафике составила 52 %.

При поддержке Почты России выпущено исследование **“Онлайн-рынок детских товаров”** за 12 месяцев (07.2018 г. — 06.2019 г.). Краткие итоги:

было оформлено 11,8 млн. заказов на сумму 28,7 млрд. руб.;

средний чек составил 2430 руб.;

интернет-магазины оформили на 39 % больше заказов, чем за тот же период прошлого года (07.2017 г. — 06.2018 г.);

доля интернет-магазинов на рынке e-commerce составила 4 % по количеству заказов;

конверсия сектора — 7 %;

доля mobile в трафике составила 68 %.

При поддержке SAP выпущено исследование **“Онлайн-рынок бытовой техники и электроники 1h2019”**. В нем рассматриваются итоги работы универсальных магазинов за первое полугодие 2019 г. Ключевые тезисы исследования:

оформлено 39,1 млн. заказов на сумму 368 млрд. руб.;

средний чек составил 9420 руб.;

интернет-магазины оформили на 16 % больше заказов, чем за тот же период 2018 г.;

доля интернет-магазинов на рынке e-commerce составила 14 % по количеству заказов;

конверсия сектора — 4 %;

доля mobile в трафике составила 50 %.

Специально для IAB Russia было проведено исследование на тему **“Рынок мобильной рекламы в России в 2018/2019 гг.”**. Оно содержит данные об аудитории мобильного Интернета, объеме мобильной рекламы, популярных форматах мобильной рекламы и драйверах роста рынка. В основу проекта легли результаты опроса селлеров, рекламных сетей, медиабаинговых агентств и специализированных агентств мобильной рекламы.

Результаты исследования:

за год прирост аудитории мобильного Интернета составил 13 %, а эксклюзивных мобильных пользователей — +17 %;

по сравнению с 2017 г. объем рынка мобильной рекламы вырос на 32 % и в 2018 г. составил 92,4 млрд. руб.;