

МИРОВАЯ СТАТИСТИКА ИНТЕРНЕТ - ТОРГОВЛИ

Объемы продаж интернет-магазинов мира (трлн. долл.)



■ Объемы продаж интернет-магазинов мира (трлн. долл.)

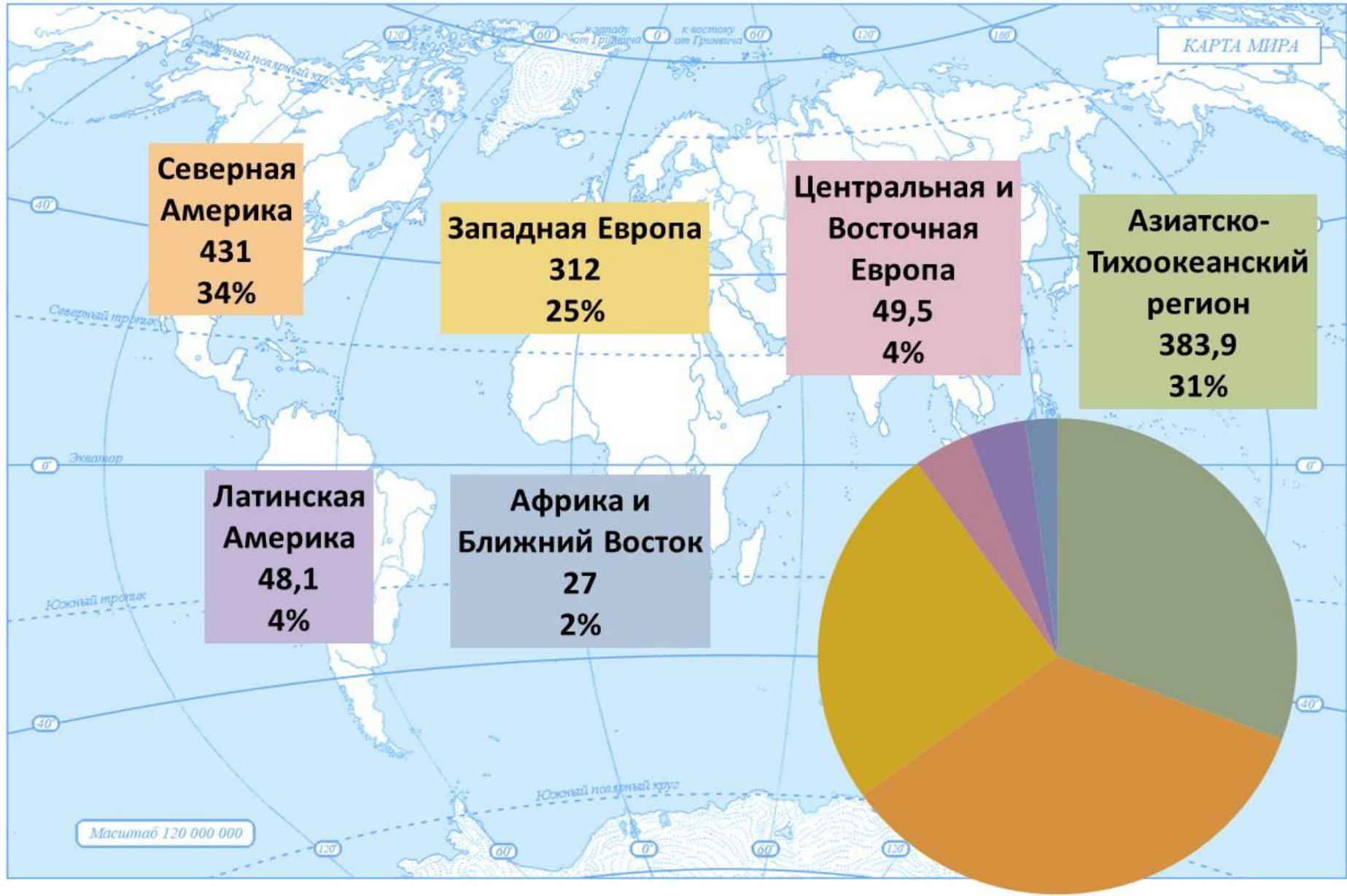
■ Темп роста к предыдущему году (%)

Темпы роста мирового товарооборота (%)

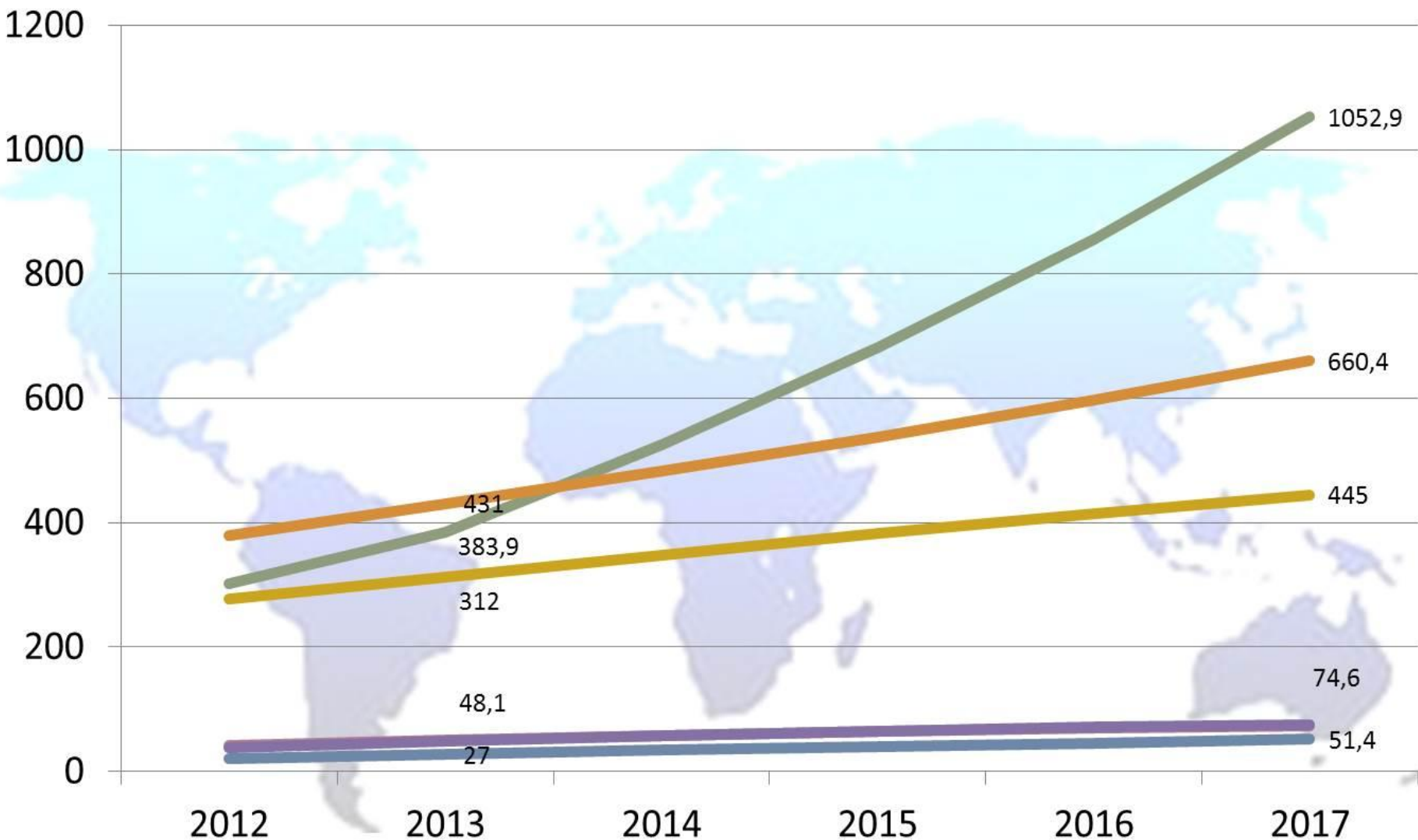


■ Темпы роста мирового товарооборота (%)

Региональная структура мировой Интернет-торговли в 2013 году (млрд. долларов)



Динамика оборота Интернет-торговли в регионах мира (млрд. долларов)

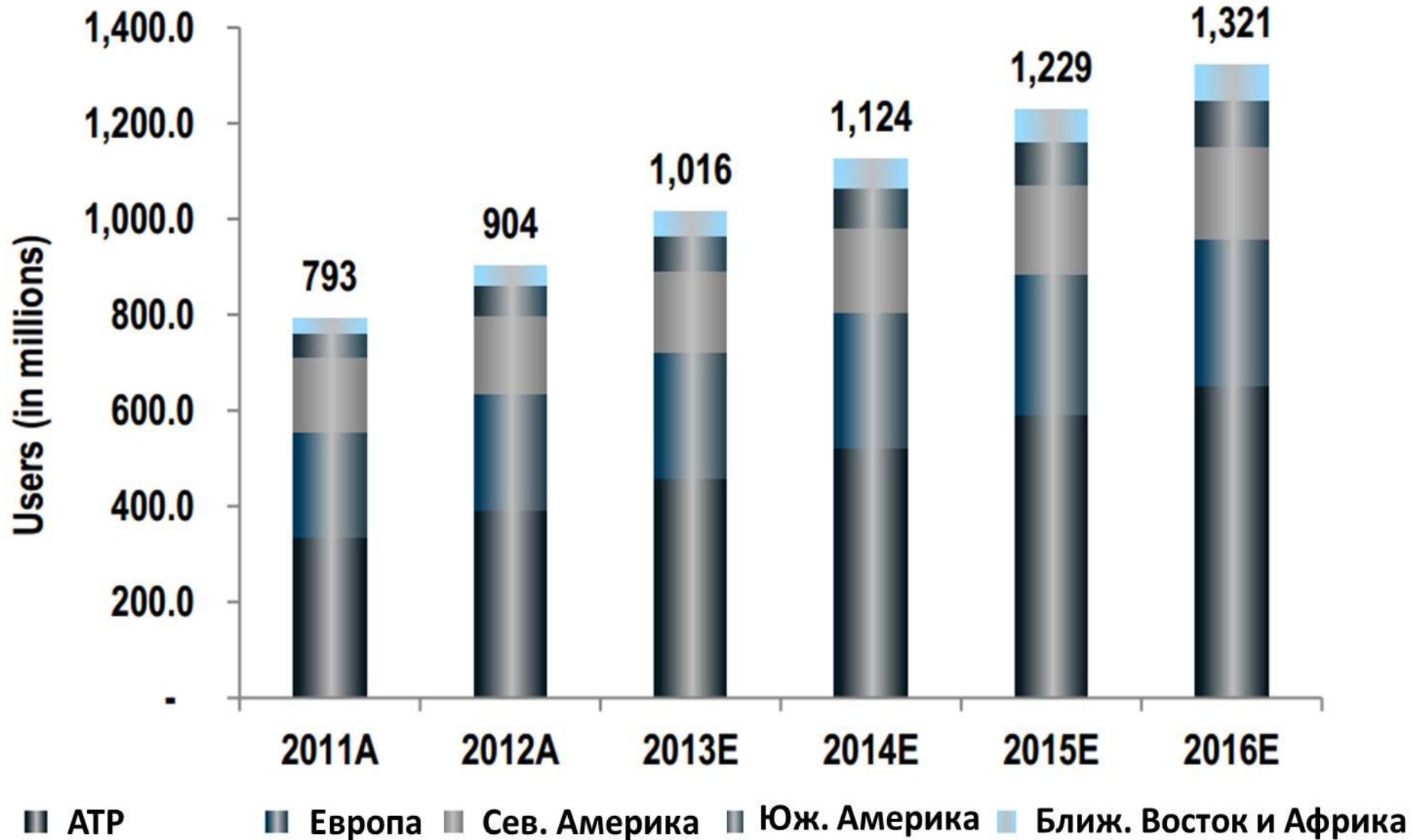


- Азиатско-Тихоокеанский регион
- Северная Америка
- Западная Европа
- Центральная и Восточная Европа
- Латинская Америка
- Африка и Ближний Восток

Прогноз темпов роста интернет-

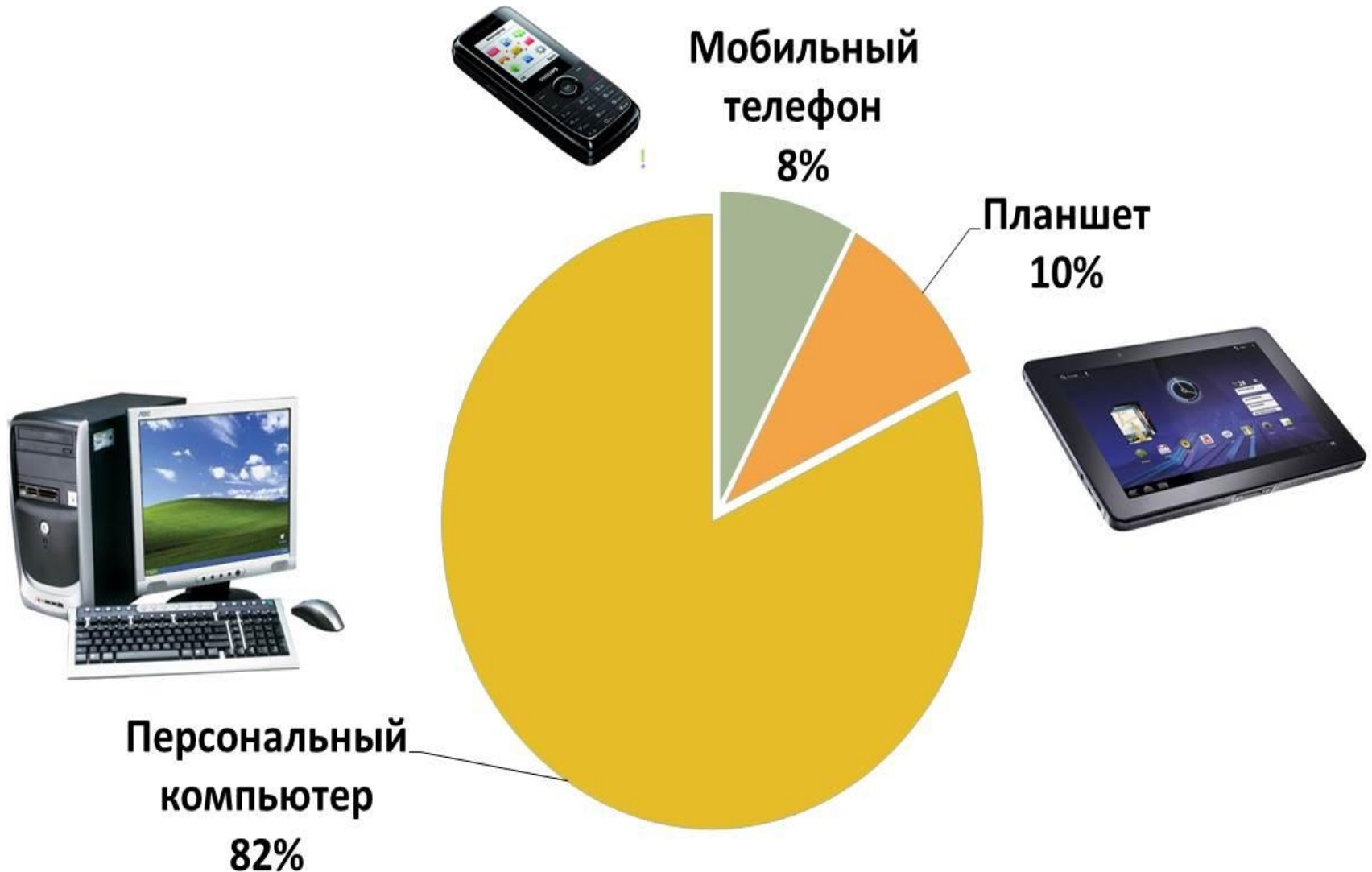
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Китай	93.7%	78.5%	63.8%	43.3%	34.4%	29.4%
Индонезия	85.0%	71.3%	45.1%	37.2%	26.0%	22.0%
Индия	35.9%	34.9%	31.5%	30.3%	24.5%	20.0%
Аргентина	31.1%	6.3%	24.0%	18.0%	12.0%	10.0%
Мексика	55.8%	41.9%	20.0%	14.5%	10.0%	5.0%
Бразилия	21.8%	16.5%	19.1%	8.5%	6.9%	6.0%
Россия	34.4%	19.4%	17.1%	10.8%	6.9%	5.2%
Италия	17.0%	16.8%	15.3%	13.5%	12.0%	10.6%
Великобритания	14.5%	16.3%	14.2%	12.2%	9.2%	8.2%
Канада	15.0%	14.2%	14.0%	13.5%	12.5%	11.5%
Испания	10.0%	10.0%	13.8%	11.9%	10.0%	8.0%
Швеция	18.4%	16.2%	13.3%	10.3%	9.0%	8.4%
США	14.2%	13.4%	11.8%	11.4%	10.9%	10.4%
Норвегия	14.9%	12.7%	11.0%	10.8%	8.1%	7.2%
Дания	14.3%	12.4%	10.6%	8.9%	6.5%	5.9%
Франция	32.3%	10.3%	10.0%	9.8%	7.6%	7.1%
Нидерланды	12.7%	11.4%	9.4%	8.4%	6.3%	5.3%
Южная Корея	12.7%	9.6%	7.4%	4.8%	4.3%	3.6%
Германия	25.6%	5.7%	7.4%	6.9%	6.5%	6.1%
Япония	12.3%	-10.2%	7.1%	6.7%	5.6%	5.0%
Австралия	10.5%	6.0%	5.7%	5.1%	5.0%	4.2%
Финляндия	4.3%	4.4%	3.7%	3.2%	2.7%	2.5%
Весь мир	22.3%	18.3%	20.2%	17.7%	15.9%	14.8%

Количество человек, использующих интернет-магазины (млн.)



Source: IBIS World, comScore

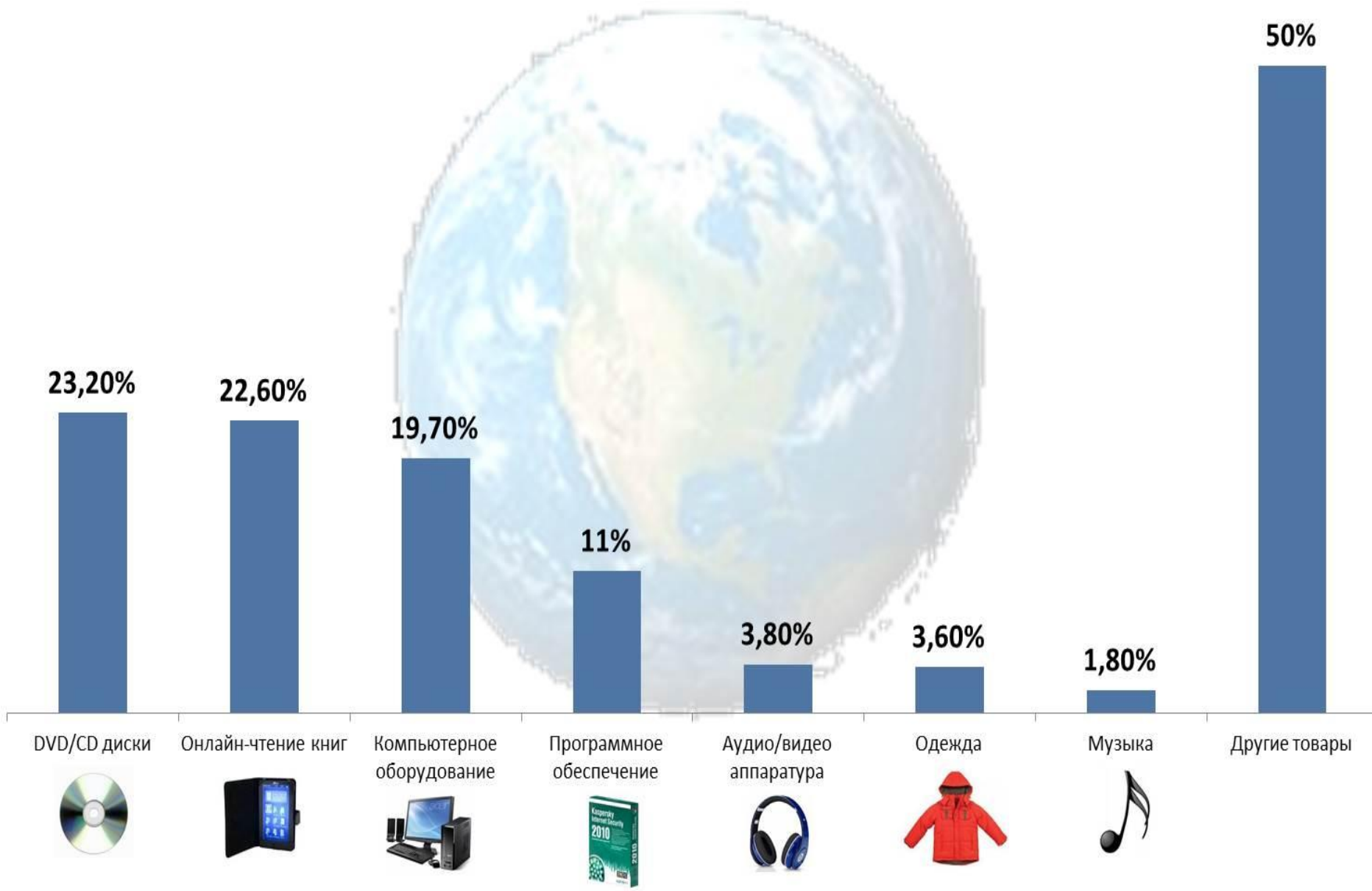
Структура используемой техники при заказе товаров через интернет



Рост числа пользователей, использующих смартфоны и планшетные компьютеры при заказе товаров через интернет (%)

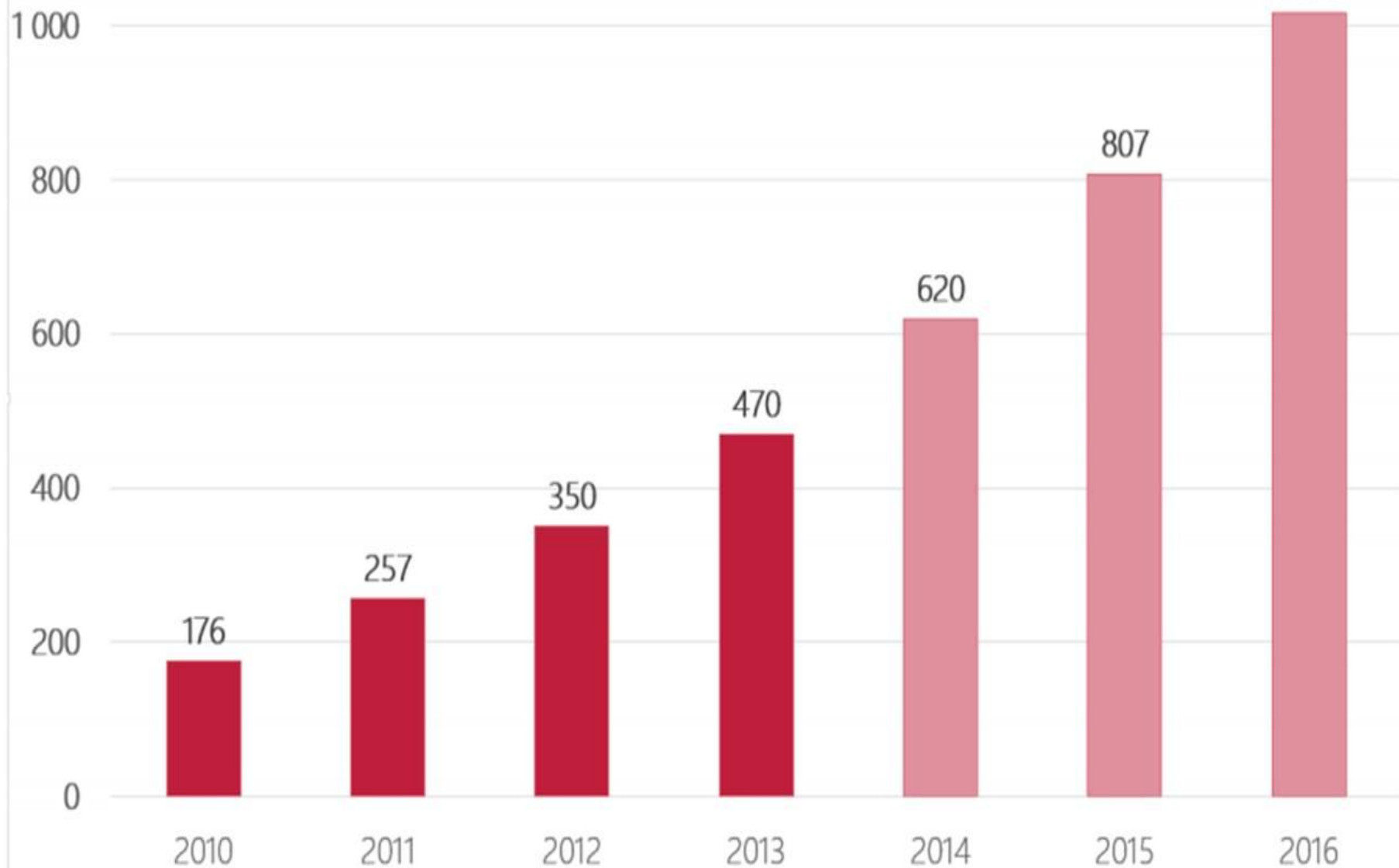


Товарная структура интернет-покупок в мире (%)

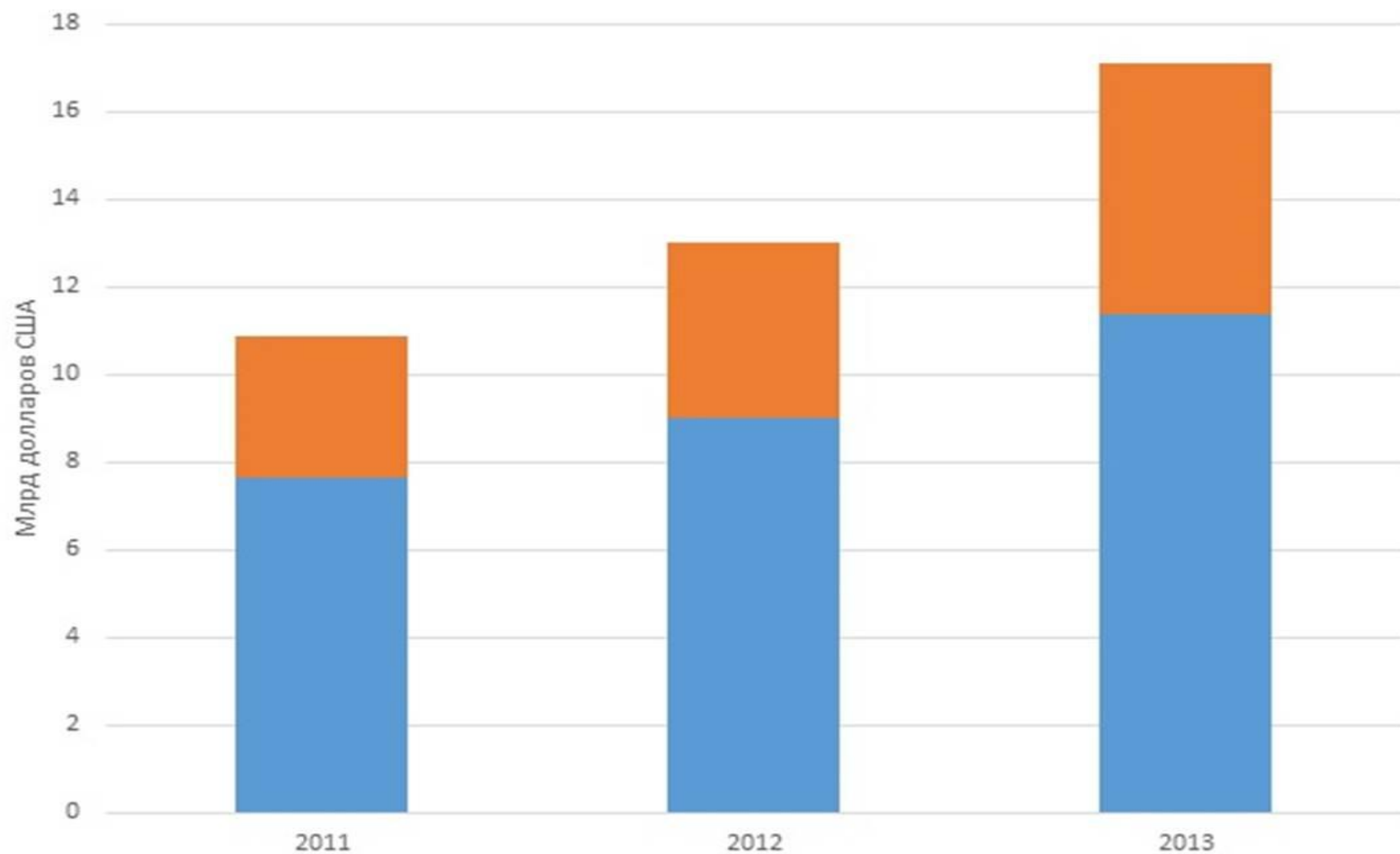


РЫНОК ИНТЕРНЕТ- ТОРГОВЛИ В РОССИИ

Объем рынка и прогноз на 2014-2016



Динамика российского рынка Интернет-торговли в 2011-2013 гг.



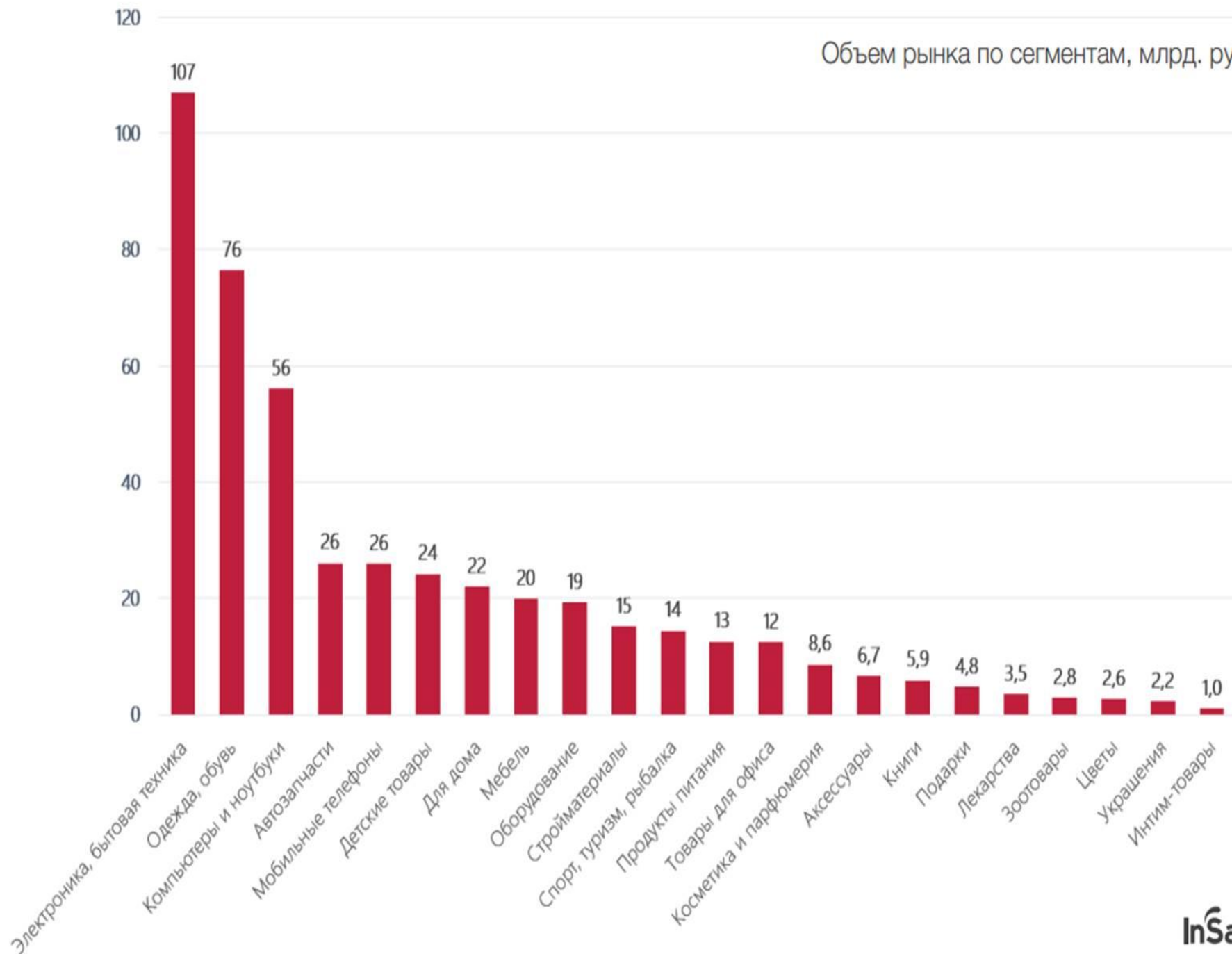
Источник: Расчеты Ve Interactive по данным АКИТ и ЦБ РФ

■ Материальные товары ■ Нематериальные товары

Товарная структура интернет-торговли в России в 2013 году



Объем рынка по сегментам, млрд. руб.



Структура интернет-торговли России по форме

оплаты



Электронные
платежные
системы
5%



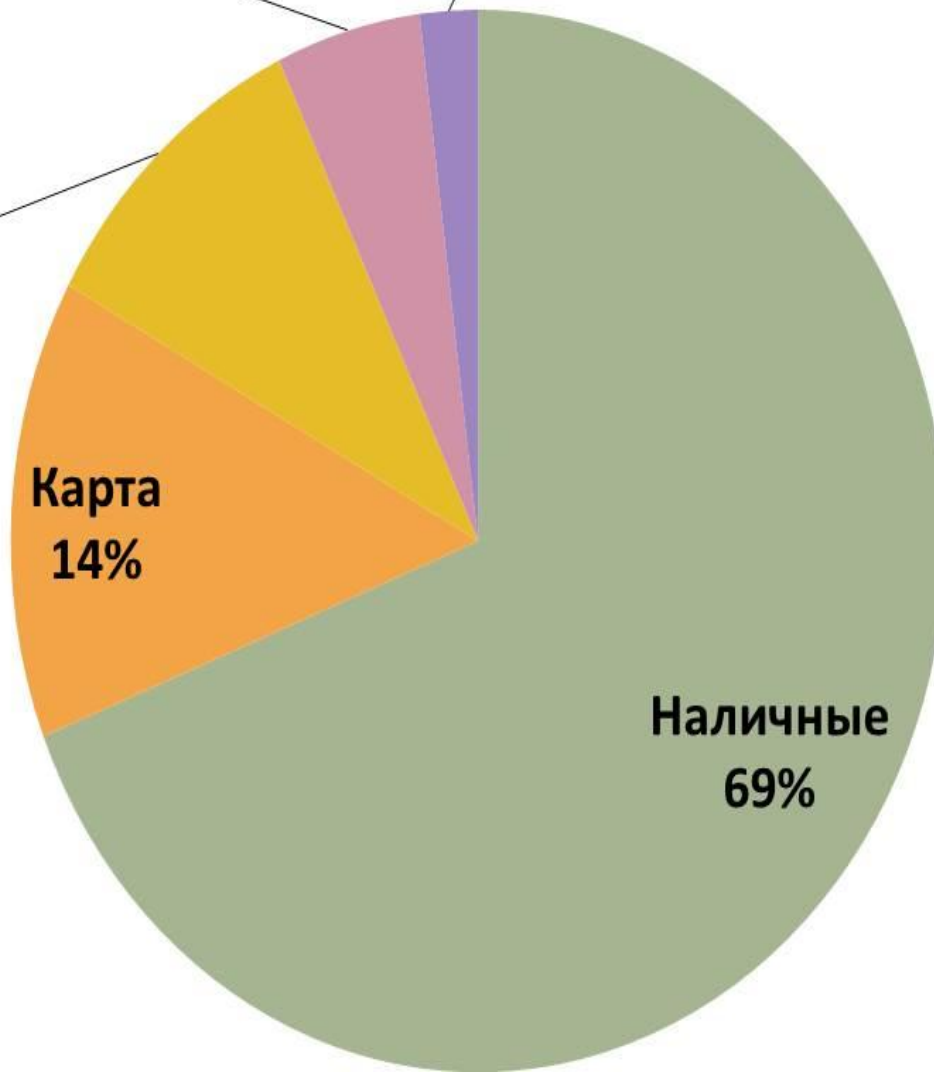
Оффлайн
предоплата
10%



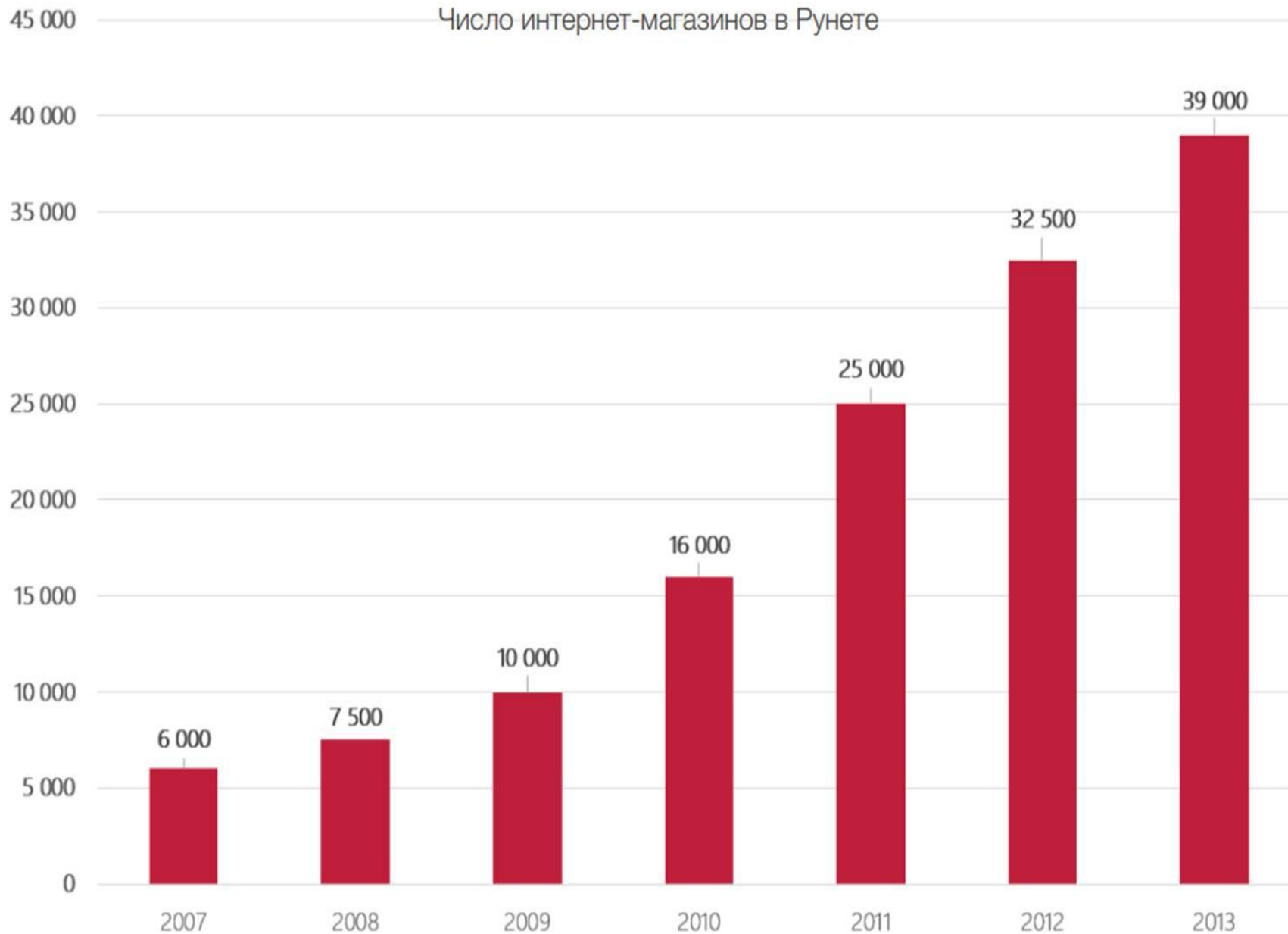
Карта
14%

Прочее
2%

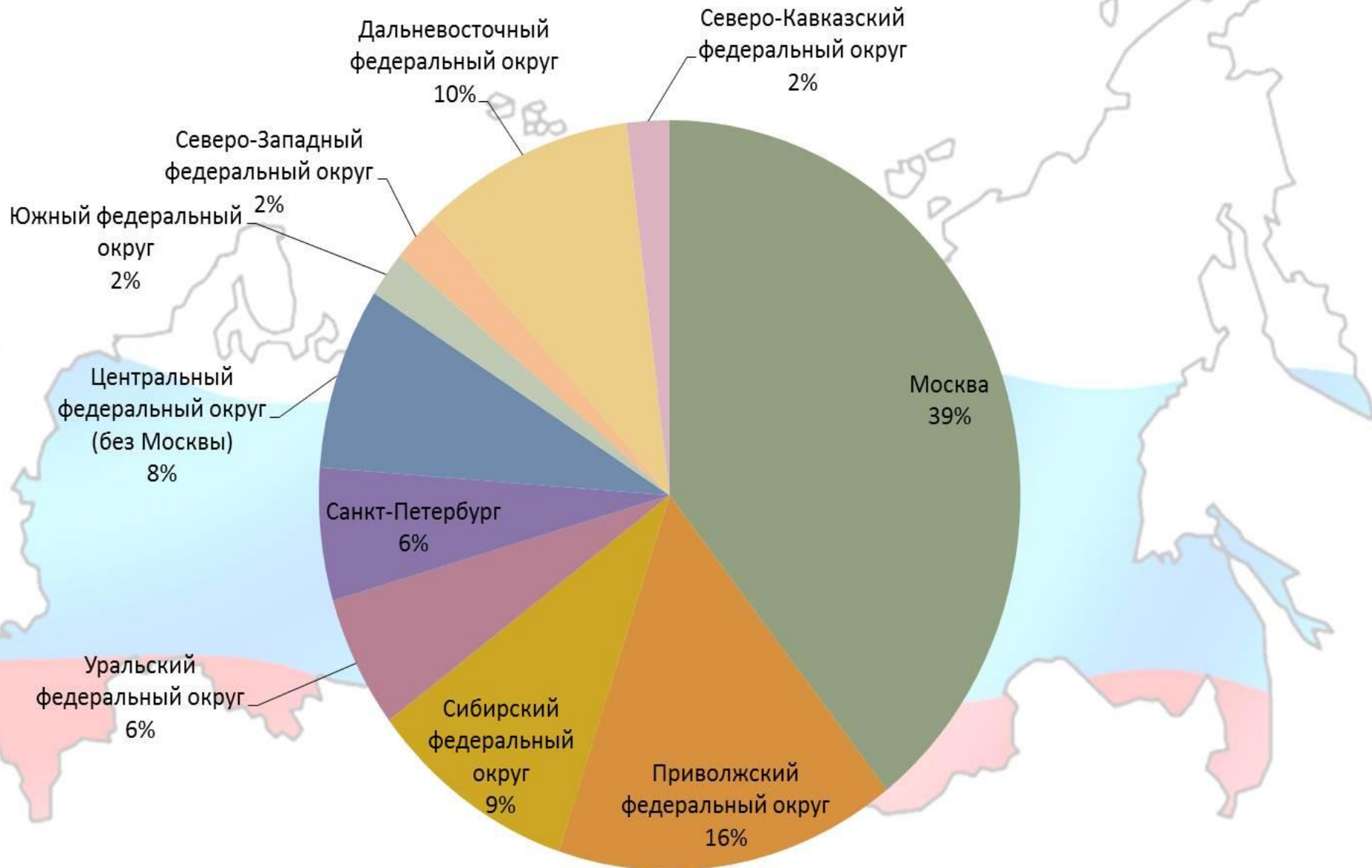
Наличные
69%



Число интернет-магазинов в Рунете



Распределение заказов по федеральным округам и городам федерального значения



ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ:

- Ежегодный рост составляет свыше 20%, оборот некоторых интернет-магазинов увеличивается в два, а то и в три раза.
- Хотя развитие электронной коммерции выше в Москве и Санкт-Петербурге, по мнению аналитиков, основная часть будущего роста рынка будет в регионах. Интернет-магазины могут уже сейчас существенно увеличить свои продажи в регионах за счет оптимизации доставки.
- Одной из характерных черт является приоритет работы покупателей с пунктами выдачи товара, т.к. непосредственная курьерская доставка пока ещё не до конца удобна, либо дорога, а работа почты России оставляет желать лучшего.
- Оплата наличными при доставке остается основным вариантом расчета для физических товаров и останется таковым в течение длительного времени. Однако, использование банковских карт и других электронных платежных средств растет из года в год.
- Нехватка квалифицированных кадров является одним из самых болезненных вопросов, затрудняющих развитие всей Интернет-отрасли.
- Таким образом, Россия имеет все возможности для развития интернет-торговли. Меры, предпринятые государством в начале этого года, в частности, ужесточение требований работы с банковскими картами, введенной ФНС, а также ожидаемое со стороны таможенных органов ужесточение требований к товарам, пересылаемым в МПО, пока не оказало существенного влияния на неё.

Спасибо

за

ВНИМАНИ

е!