

Обзор российского рынка электронной торговли. Февраль, 2017

<https://marketpublishers.ru/r/O60968985A8RU.html>

Дата: 20.02.2017

Страниц: 191

Цена: 47 000 руб. (Лицензия на одного пользователя)

Артикул: O60968985A8RU

Описание

В исследовании, посвященном рынку электронной торговли, приведены данные о проникновении Интернета в России и характеристиках его аудитории, кратко описана история становления электронной торговли. Раздел, посвященный развитию e-commerce в мире, содержит информацию о числе онлайн-покупателей, объеме рынка, его региональной структуре. Представлены данные о месте России на рынке электронной торговли в Восточной Европе, Европе в целом, а также в мировом масштабе.

Анализ российского рынка e-commerce содержит различные экспертные оценки объема рынка и прогноз до 2020 года. В отчет включен анализ других характеристик рынка: числа онлайн-покупателей, размера среднего чека и др. Описаны ключевые продуктовые сегменты и занимаемые ими доли в разрезе объема продаж и количества интернет-магазинов. В исследовании приведены характеристики сегмента кросс-бордерной электронной торговли (в том числе по продажам из России за рубеж), а также торговли в социальных сетях.

Раздел, посвященный покупателям на рынке интернет-торговли в России, содержит подробный анализ их характеристик и поведения: социальные, демографические и географические характеристики аудитории онлайн-покупателей, опыт совершения покупок, причины выбора интернет-торговли и возникающие проблемы, продуктовые категории покупок, варианты оплаты и доставки и т. д.

В разделе, описывающем участников рынка, представлена информация о количестве интернет-магазинов и их характеристиках (виды оплаты и доставки, показатели конверсии). Приведены рейтинги онлайн-площадок по обороту, числу заказов, среднему чеку и другим показателям. Раздел содержит профили 10 крупнейших российских интернет-магазинов, а также данные о наиболее популярных иностранных игроках.

Кроме того, исследование содержит информацию о ключевых событиях на рынке e-commerce в 2016 году, тенденциях последних лет, факторах, влияющих на рынок и перспективных технологиях, за счет которых будет развиваться интернет-торговля в России.

Цель исследования

Анализ текущей ситуации на российском и зарубежном рынке электронной торговли в сегменте B2C.

Задачи исследования

Описать общую ситуацию на российском и зарубежном рынке электронной торговли;

Оценить объем, динамику и структуру рынка электронной торговли;

Описать покупательское поведение и предпочтения россиян при совершении онлайн-покупок;

Охарактеризовать основных игроков рынка электронной торговли в России;

Выявить тенденции и перспективы развития рынка электронной торговли

Методы исследования

Мониторинг материалов печатных и электронных деловых и специализированных изданий, аналитических обзоров рынка, материалов маркетинговых и консалтинговых компаний;

Сбор и анализ информации, представленной на сайтах российских и иностранных игроков рынка.

Содержание

Описание исследования

Резюме проекта

Электронная торговля в России и мире

Определение понятия электронной торговли

История становления рынка электронной торговли

Основные характеристики русского сегмента Интернета

Общая характеристика рынка электронной торговли

Динамика развития электронной торговли в мире и место России на рынке

Основные количественные характеристики рынка в России

Сегментация рынка интернет-торговли

Кросс-бордерная интернет-торговля в России

Интернет-торговля в социальных сетях

Характеристика потребителей на рынке электронной торговли

Социально-демографические характеристики покупателей интернет-магазинов

Покупательское поведение и предпочтения онлайн-покупателей

Категории покупок в Интернете

Оплата и доставка покупок

Участники рынка

Основные показатели игроков российского рынка интернет-торговли

Профили ведущих российских интернет-магазинов

Зарубежные игроки рынка

Тенденции и перспективы рынка электронной торговли России

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1. Рейтинг ведущих российских интернет-магазинов

Приложение 2. Список таблиц и диаграмм

Список таблиц, диаграмм

Список Таблиц

СПИСОК ТАБЛИЦ

- Таблица 1. Преимущества и недостатки электронной торговли сегмента B2C
- Таблица 2. Топ-15 стран по индексу привлекательности рынка электронной торговли в мире, 2015
- Таблица 3. Топ-15 стран по индексу привлекательности рынка электронной торговли в Европе, 2015
- Таблица 4. Динамика объема рынка и прирост рынка электронной торговли в сегменте B2C в странах Восточной Европы, 2011—2016Е
- Таблица 5. Возрастные категории пользователей социальных сетей, декабрь 2016
- Таблица 6. Потребительский статус пользователей социальных сетей, декабрь 2016
- Таблица 7. Распределение респондентов по местам совершения покупок в разрезах стажа покупок, возраста, региона проживания и приобретенного товара (последняя покупка), май 2016
- Таблица 8. Особенности поведения мужчин и женщин при совершении онлайн-покупок, 2017
- Таблица 9. Распределение мест выбора и покупки товаров по товарным категориям, февраль 2016
- Таблица 10. Виды курьерской доставки по последнему заказу, полученному респондентами, май 2016
- Таблица 11. Критерии, важные для покупателей в логистике их заказов, май 2016
- Таблица 12. Действия покупателей, если магазин предложит неудобные варианты доставки, май 2016
- Таблица 13. Дополнительные опции доставки у магазинов с разными товарными категориями, 2016
- Таблица 14. Топ-30 интернет-магазинов в России по обороту, 2015
- Таблица 15. Топ-20 ведущих интернет-сайтов в категории «Покупки» по Alexa Rating, 16.02.2017
- Таблица 16. Онлайн-оборот крупнейших игроков рынка электронной торговли в Европе, 2014
- Таблица 17. Топ-100 интернет-магазинов в России по обороту, 2015

Список Диаграмм

СПИСОК ДИАГРАММ

- Диаграмма 1. Проникновение Интернета в странах мира, 2014—2015
- Диаграмма 2. Проникновение Интернета в России, 2000—2015
- Диаграмма 3. Динамика проникновения Интернета в России, лето 2003 — лето 2016
- Диаграмма 4. Динамика интернет-аудитории в России, лето 2003 — лето 2016
- Диаграмма 5. Динамика структуры интернет-аудитории, лето 2003 — лето 2016
- Диаграмма 6. Проникновение Интернета по федеральным округам России, лето 2015 — лето 2016
- Диаграмма 7. Проникновение Интернета по типам населенного пункта в России, лето 2015 — лето 2016
- Диаграмма 8. Количество пользователей Интернета по размеру населенного пункта, июль-декабрь 2016
- Диаграмма 9. Структура используемых устройств для выхода в Интернет, июль-декабрь 2016
- Диаграмма 10. Структура мест использования Интернета с компьютера или ноутбука, июль-декабрь 2016
- Диаграмма 11. Половозрастная структура пользователей Интернета, июль-декабрь 2016
- Диаграмма 12. Структура пользователей Интернета по виду деятельности, июль-декабрь 2016
- Диаграмма 13. Структура проникновения Интернета по занятости, числу членов семьи и доходу, июль-декабрь 2016
- Диаграмма 14. Количество пользователей мобильного Интернета по типам населенного пункта, октябрь-декабрь 2016
- Диаграмма 15. Динамика проникновения мобильного Интернета по типам населенного пункта, февраль-апрель 2015 — октябрь-декабрь 2016
- Диаграмма 16. Динамика числа доменов .RU и .RF, 2010—2015
- Диаграмма 17. Количество пользователей, совершающих покупки онлайн, в мире, 2011—2019П
- Диаграмма 18. Динамика объема рынка электронной торговли в сегменте B2C в мире, 2011—2016Е
- Диаграмма 19. Распределение регионов мира по объему рынка электронной торговли в сегменте B2C, 2015
- Диаграмма 20. Топ-10 стран по объему рынка электронной торговли в сегменте B2C, 2015
- Диаграмма 21. Структура рынка электронной торговли в сегменте B2C в мире по странам, 2015
- Диаграмма 22. Динамика объема рынка электронной торговли в сегменте B2C в Европе,

2011—2016Е

Диаграмма 23. Распределение регионов Европы по объему рынка электронной торговли в сегменте В2С, 2015

Диаграмма 24. Топ-10 стран по объему рынка электронной торговли в сегменте В2С в Европе, 2015

Диаграмма 25. Структура рынка электронной торговли в сегменте В2С в Европе по странам, 2015

Диаграмма 26. Динамика объема рынка электронной торговли в сегменте В2С в странах Восточной Европы, 2011—2016Е

Диаграмма 27. Структура рынка электронной торговли в сегменте В2С в Восточной Европе по странам, 2015

Диаграмма 28. Ведущие страны по уровню проникновения мобильной коммерции, март 2016

Диаграмма 29. Объем рынка электронной торговли в России, 2014—2019П

Диаграмма 30. Объем рынка электронной торговли в сегменте В2С в России, 2010—2016Е

Диаграмма 31. Объем рынка электронной торговли в России (внутрироссийские онлайн-продажи материальных товаров), 2011—2016Е

Диаграмма 32. Прогноз развития рынка электронной торговли в России (покупки в российских и зарубежных интернет-магазинах, материальные товары), 2014—2020П

Диаграмма 33. Количество пользователей, совершающих покупки онлайн в России, 2011—2015

Диаграмма 34. Динамика средней суммы онлайн-покупок в сегменте В2С на 1 человека в России, 2012—2015

Диаграмма 35. Динамика среднего дохода в расчете на 1 пользователя на рынке электронной торговли в России, 2015—2021П

Диаграмма 36. Годовой прирост количества заказов в российских интернет-магазинах, январь—октябрь 2016

Диаграмма 37. Динамика среднего чека онлайн-покупок в России, 2013—1h2016

Диаграмма 38. Объем рынка электронной торговли в сегменте туристических поездок по странам, 2015

Диаграмма 39. Объем рынка электронной торговли в сегменте бронирования отелей по странам, 2015

Диаграмма 40. Объем рынка электронной торговли в сегменте билетов на музыкальные мероприятия по странам, 2015

Диаграмма 41. Объем рынка электронной торговли в сегменте бытовой техники и электроники, 2013—2016Е

Диаграмма 42. Способы доставки товаров в интернет-торговле, 2014—2q2016

Диаграмма 43. Распределение продуктовых сегментов (В2С) по доле онлайн-продаж в Европе, 2014—2015

Диаграмма 44. Динамика доли в общем объеме продаж и структура в сегменте онлайн-торговли бытовой техникой и электроникой в Европе, 2011—2015

Диаграмма 45. Рейтинг сегментов на рынке электронной торговли в России, 2015

Диаграмма 46. Структура сегментов электронной торговли по продаже материальных товаров в топ-100 интернет-магазинах, 2016

Диаграмма 47. Распределение интернет-магазинов по товарным категориям, 1h2016

Диаграмма 48. Доли сегментов категории товаров для дома и DIY по количеству магазинов и заказов, 2015

Диаграмма 49. Структура рынка электронной торговли в туристическом сегменте, 2015

Диаграмма 50. Структура и прирост рынка электронной торговли в сегменте бытовой техники и электроники по категориям, 1h2016

Диаграмма 51. Структура рынка электронной торговли в сегменте бытовой техники и электроники по регионам, 1h2015, 1h2016

Диаграмма 52. Прирост объема продаж в сегменте бытовой техники и электроники по регионам, 1h2016/1h2015

Диаграмма 53. Топ-10 популярных подкатегорий товаров на Avito (спрос), октябрь 2015 — октябрь 2016

Диаграмма 54. Топ-10 популярных подкатегорий товаров на Avito (предложение), октябрь 2015 — октябрь 2016

Диаграмма 55. Представленность товарных категорий в московских интернет-магазинах, 2016

Диаграмма 56. Среднее количество офлайн-точек в московских интернет-магазинах по категориям, 2016

Диаграмма 57. Проникновение кросс-бордерной электронной торговли в сегменте B2C в странах Европы, 2015

Диаграмма 58. Популярность покупок внутри страны и кросс-бордерных онлайн-покупок в разных странах, октябрь 2016

Диаграмма 59. Кросс-бордерные покупки на рынке электронной торговли, 2015

Диаграмма 60. Показатели рынка кросс-бордерной электронной торговли в России, 2015—2016

Диаграмма 61. Доли трансграничной и внутренней торговли в России, 2010—2016Е

Диаграмма 62. Структура покупок россиян в зарубежных интернет-магазинах по регионам, 1h2016

Диаграмма 63. Структура покупок россиян в зарубежных интернет-магазинах по странам, 2010, 1h2016

Диаграмма 64. Распределение количества товарных отправок из зарубежных интернет-магазинов по странам, 1h2016

Диаграмма 65. Структура покупок россиян в зарубежных интернет-магазинах по стоимости, 1h2016

- Диаграмма 66. Структура рынка розничного онлайн-экспорта по категориям товаров, 2015
- Диаграмма 67. Структура рынка розничного онлайн-экспорта по регионам, 2015
- Диаграмма 68. Использование россиянами социальных сетей, декабрь 2015 — декабрь 2016
- Диаграмма 69. Действия россиян в социальных сетях, январь 2016
- Диаграмма 70. Наиболее частые действия пользователей социальных сетей в мире, связанные с покупками, 2016
- Диаграмма 71. Количество авторов и сообщений в социальных сетях, октябрь 2016
- Диаграмма 72. Наиболее популярные категории покупок в социальных сетях, 2015
- Диаграмма 73. Категории-лидеры среди онлайн-покупателей, сентябрь 2016
- Диаграмма 74. Категории-аутсайдеры среди онлайн-покупателей, сентябрь 2016
- Диаграмма 75. Рейтинг регионов по доле респондентов, регулярно совершающих платежи через Интернет, февраль-март 2016
- Диаграмма 76. Структура покупателей в интернет-магазинах Москвы по полу, 1h2016
- Диаграмма 77. Распределение респондентов по опыту совершению покупок в интернет-магазинах, сентябрь 2014—сентябрь 2016
- Диаграмма 78. Распределение респондентов по количеству онлайн-заказов, май 2016
- Диаграмма 79. Динамика среднего объема затрат на онлайн-покупки (за 3 мес.) и доли покупателей в Интернете, 1h2014—1h2016
- Диаграмма 80. Динамика среднего объема онлайн-затрат на покупку контента (за 3 мес.) и доли покупателей контента в Интернете, 1h2014—1h2016
- Диаграмма 81. Распределение респондентов по товарам и услугам, продаваемым через Интернет, февраль 2016
- Диаграмма 82. Причины покупок в интернет-магазинах, октябрь 2016
- Диаграмма 83. Страхи пользователей при покупке в Интернете, октябрь 2016
- Диаграмма 84. Проблемы, возникающие при покупке товаров в интернет-магазинах, октябрь 2016
- Диаграмма 85. Характеристик интернет-магазина, на которые обращают внимание пользователи при покупке, октябрь 2016
- Диаграмма 86. Критерии покупателей при выборе интернет-магазина, 2016
- Диаграмма 87. Распределение респондентов по видам регулярно совершаемых платежей через Интернет, февраль-март 2016
- Диаграмма 88. Категории покупок россиян (онлайн- и офлайн-покупки), февраль 2016
- Диаграмма 89. Категории покупок россиян в интернет-магазинах (последняя покупка), 2014—2016
- Диаграмма 90. Категории покупок россиян в российских и зарубежных интернет-магазинах, 2016
- Диаграмма 91. Мотивы покупок россиян в российских и зарубежных интернет-магазинах, 2016
- Диаграмма 92. Структура категорий покупок россиян в зарубежных интернет-магазинах,

1h2016

Диаграмма 93. Категории покупок россиян помимо материальных товаров, май 2016

Диаграмма 94. Наиболее и наименее популярные категории покупок россиян в онлайн, 2016

Диаграмма 95. Категории покупок россиян онлайн и офлайн, 2016

Диаграмма 96. Изменение популярности онлайн-покупок по частоте приобретения, 1h2016/2h2015

Диаграмма 97. Изменение среднего чека онлайн-покупок, 1h2016/2h2015

Диаграмма 98. Изменение среднего чека онлайн-покупок в денежном выражении, 1h2016/2h2015

Диаграмма 99. Распределение респондентов по опыту бронирования по Интернету билетов на самолет или поезд, сентябрь 2014—сентябрь 2016

Диаграмма 100. Распределение респондентов по опыту бронирования по Интернету билетов в театр, на концерты, другие публичные мероприятия, сентябрь 2014—сентябрь 2016

Диаграмма 101. Распределение респондентов по опыту бронирования по Интернету гостиниц и туров, сентябрь 2014—сентябрь 2016

Диаграмма 102. Использование онлайн-платежей и сервисов, февраль 2016

Диаграмма 103. Распределение способов оплаты онлайн, февраль 2016

Диаграмма 104. Знание электронных способов оплаты среди российских пользователей Интернета, февраль-март 2016

Диаграмма 105. Использование электронных способов оплаты по типам устройств, февраль-март 2016

Диаграмма 106. Распределение электронных способов оплаты по видам товаров и услуг, февраль-март 2016

Диаграмма 107. Знание и использование сервисов электронных платежей среди российских пользователей Интернета, февраль-март 2016

Диаграмма 108. Рейтинг регионов по доле респондентов, использующих системы электронных денег, февраль-март 2016

Диаграмма 109. Оплата заказов в интернет-магазинах электронными деньгами по видам устройств, февраль-март 2016

Диаграмма 110. Структура пользователей по внесению предоплаты при интернет-покупках, октябрь 2016

Диаграмма 111. Причины внесения предоплаты в интернет-магазинах, октябрь 2016

Диаграмма 112. Доли предоплаченных заказов в Москве и Санкт-Петербурге по категориям, 1h2016

Диаграмма 113. Доли заказов в Москве и Санкт-Петербурге, оплаченных банковской картой, по категориям, 1h2016

Диаграмма 114. Доли заказов с частичным выкупом в Москве и Санкт-Петербурге по категориям, 1h2016

Диаграмма 117. Способы оплаты заказов в российских магазинах онлайн-покупателями, май 2016

Диаграмма 118. Использование мобильных платежей и сервисов, февраль 2016

Диаграмма 115. Способы доставки, использованные респондентами за последние 3 месяца, май 2016

Диаграмма 116. Привлекательность дополнительных опций доставки для покупателей, май 2016

Диаграмма 119. Динамика количества интернет-магазинов в России, 2007—1h2016

Диаграмма 120. Показатели рынка интернет-магазинов в Москве, 1h2015, 1h2016

Диаграмма 121. Рейтинг категорий интернет-магазинов по показателю конверсии, 1h2016

Диаграмма 122. Виды доставки в интернет-магазинах, 2016

Диаграмма 123. Распределение количества логистических партнеров у интернет-магазинов, 2016

Диаграмма 124. Виды платежных средств, принимаемых интернет-магазинами, 2016

Диаграмма 125. Среднее количество визитов и покупок на одного онлайн-покупателя по интернет-магазинам, 1q2016

Диаграмма 126. Топ-10 любимых интернет-магазинов россиян, 2016

Диаграмма 127. Топ-10 российских интернет-магазинов по обороту, 2015

Диаграмма 128. Топ-10 российских интернет-магазинов по числу заказов, 2015

Диаграмма 129. Топ-10 российских интернет-магазинов по размеру среднего чека, 2015

Диаграмма 130. Топ-18 российских интернет-магазинов по индексу безопасности, 2015

Диаграмма 131. Топ-30 российских интернет-магазинов по индексу доступности, 2015

Диаграмма 132. Топ-10 российских интернет-магазинов по индексу юзабилити, 2015

Диаграмма 133. Топ-10 российских интернет-магазинов по индексу SEO, 2015

Диаграмма 134. Топ-10 российских интернет-магазинов по индексу аналитичности, 2015

Диаграмма 135. Топ-10 российских интернет-магазинов по индексу ассортимента, 2015

Диаграмма 136. Топ-20 российских компаний Рунета по стоимости, 2016

Диаграмма 137. Динамика выручки от продаж компании «Amazon.com Inc.», 1q2007—4q2016

Диаграмма 138. Динамика выручки от продаж «Alibaba Group», 2010—2016

Оформление заказа

Название: Обзор российского рынка электронной торговли. Февраль, 2017

Ссылка: <https://marketpublishers.ru/r/O60968985A8RU.html>

Цена: 47 000 руб.

Если вы хотите заказать расширенную лицензию или печатную версию, пожалуйста, свяжитесь с нашей службой поддержки клиентов:

info@marketpublishers.ru

Оплата

Для оплаты кредитной картой (Visa, MasterCard, МИР), пожалуйста, нажмите кнопку "Купить сейчас" на странице отчета:

<https://marketpublishers.ru/r/O60968985A8RU.html>