



ENTER VISION

Центр стратегических исследований

РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ И ОНЛАЙН-РИТЕЙЛ В РОССИИ

**ИТОГИ 2013 ГОДА
И 1 КВАРТАЛА 2014 ГОДА**

СОВМЕСТНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ С 

ИЮНЬ 2014 Г.





Компания Enter вышла на российский рынок в ноябре 2011 года как новый федеральный мультиформатный non-food ритейлер. Одной из амбициозных целей команды является формирование трендов в отрасли, в том числе и с точки зрения исследований и аналитики.

Это послужило толчком к созданию **Центра Стратегических Исследований Enter**, ключевой целью команды которого является увеличение прозрачности рынков розничной торговли и интернет-коммерции для его игроков.

Агрегируя экспертизу и исследуя рыночную конъюнктуру, Центр Стратегических Исследований Enter специализируется на анализе розничной торговли и мониторинге рынка онлайн-ритейла и интернет-коммерции в России.

Возглавляют ЦСИ Enter Евгений Прохоров, заместитель генерального директора по коммерции, и Игорь Кулюхин, руководитель отдела коммерческого анализа компании Enter.

НАШИ КОНТАКТЫ:

Сайт: WWW.ENTER.RU/RESEARCH

Электронная почта: RESEARCH@ENTER.RU

Facebook: WWW.FACEBOOK.COM/RESEARCH.ENTER

SlideShare: WWW.SLIDESHARE.NET/RESEARCH_ENTER

Примеры исследований ЦСИ Enter:



МАРТ 2014

ТОП-100 ИНТЕРНЕТ-РИТЕЙЛЕРОВ РОССИИ ПО РАЗМЕРУ АУДИТОРИИ В 2013 ГОДУ

- Рынок e-commerce в России и мире;
- Сегменты российского онлайн-ритейла;
- Лидеры онлайн-ритейла по размеру аудитории;
- Месячная динамика посещаемости и веб-аналитика;



ОКТАБРЬ 2013

РЫНОК МЕБЕЛИ:

РИТЕЙЛ И ОНЛАЙН-ТОРГОВЛЯ ПО ИТОГАМ 1 ПГ. 2013

- Объем мебельного ритейла в России 2012-2016;
- Производство, экспорт, импорт мебели;
- Профили ключевых офлайн и онлайн игроков;
- Продуктовая линейка ключевых игроков.



ФЕВРАЛЬ 2013

КЛИЕНТОЦЕНТРИЧНОСТЬ:

МЕТРИКИ, ПРАКТИКИ, ФАКТЫ

- Метрики клиентского сервиса;
- NPS, CSI, TLR, FCR, TRI*M;
- Мировые практики клиентского сервиса: USAA, Zappos, Costco, Edward Jones, Starbucks и др..

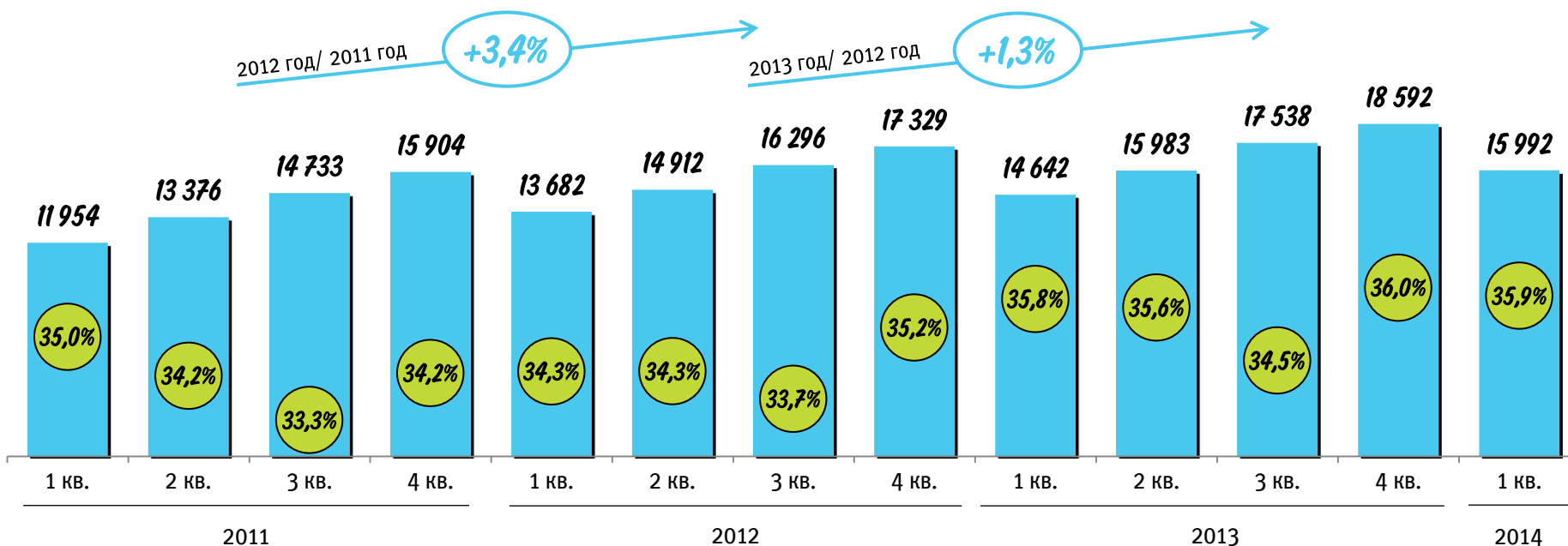
ТЕМП РОСТА РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ ОБЪЕМ И ТЕМПЫ РОСТА ВВП

- Темп роста реального ВВП России по итогам 2013 года характеризуется более низкими темпами по сравнению с 2012 годом: 1,3% против 3,4%

■ **Объем номинального ВВП**
в фактических ценах (с учетом инфляции), млрд руб.

○ **Темп роста реального ВВП**, к аналогичному периоду прошлого года
физический рост (без учета инфляции), %

● **Доля ритейла в объеме номинального ВВП**
в фактических ценах (с учетом инфляции), %

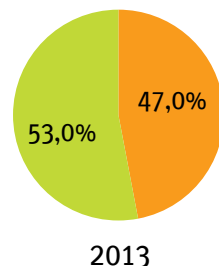
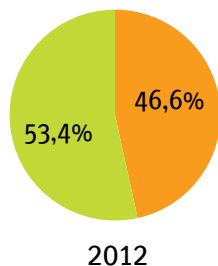
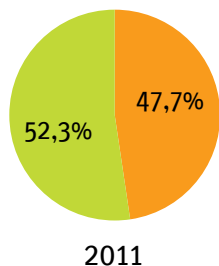
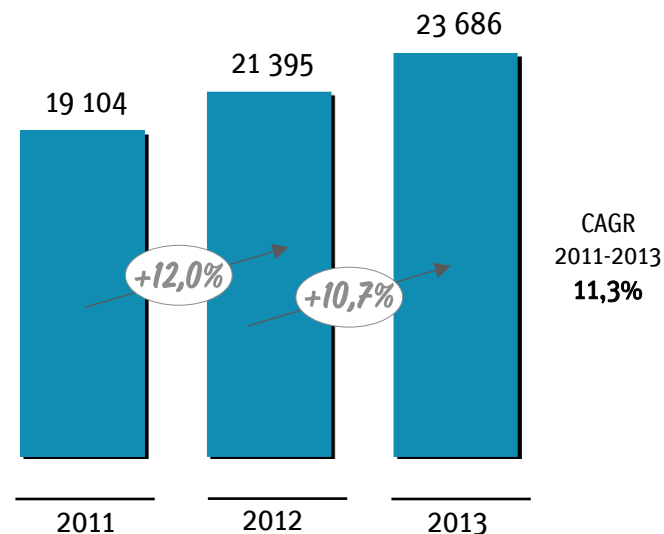
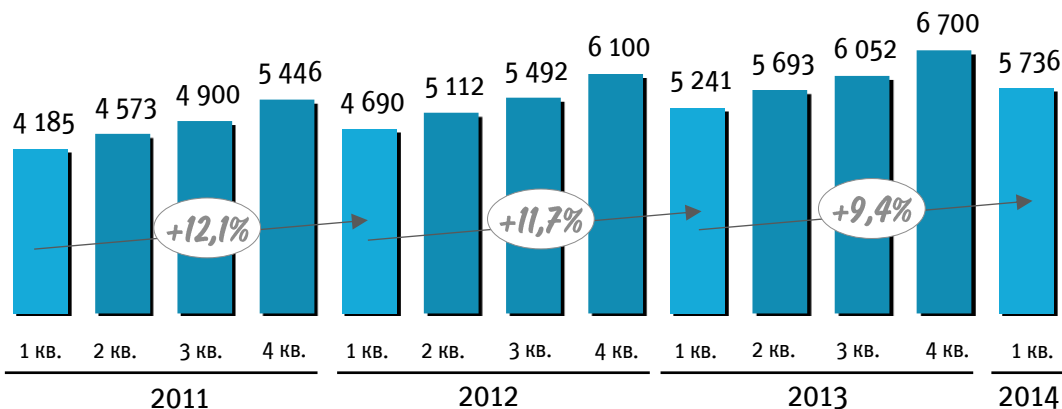


Источники: анализ Центра Стратегических Исследований Enter по данным Росстата

ОБЪЕМ И ТЕМПЫ РОСТА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИИ ДИНАМИКА И СТРУКТУРА

- ❑ Темп роста российского ритейла по итогам 2013 года замедлился на фоне замедления всей экономики: среднегодовой рост за 2011-2013 годы составил 11,3%.
- ❑ Очевидно снижение темпов роста и по итогам 1 квартала 2014 года: с 11,7% в 2013 году до 9,4% в 2014 году.

ОБЪЕМ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИИ, в фактических ценах (с учетом инфляции), млрд. руб



- Доля непродовольственного (non-food) ритейла в общем объеме розничных продаж в России
- Доля продовольственного (food) ритейла в общем объеме розничных продаж в России



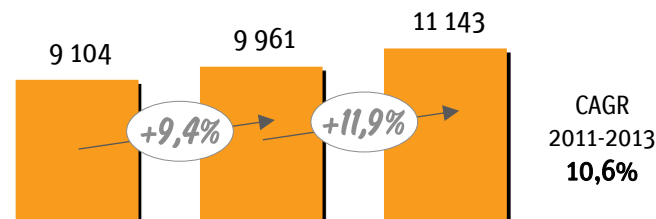
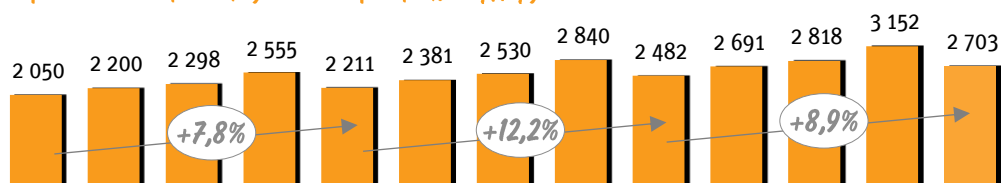
* CAGR = Compound Annual Growth Rate (Среднегодовой темп роста); Источники: анализ Центра Стратегических Исследований Enter по данным Росстата.

ОБЪЕМ И ТЕМПЫ РОСТА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИИ ДИНАМИКА FOOD И NON-FOOD ТОРГОВЛИ

- Темп роста оборота непродовольственных товаров без учета авто и бензина по итогам 2013 г. снизился с 13,4% в 2012 году до 8,9% в 2013 году; по результатам 1 квартала 2014 года с 9,9% в 2013 году до 6,2% в 2014 году

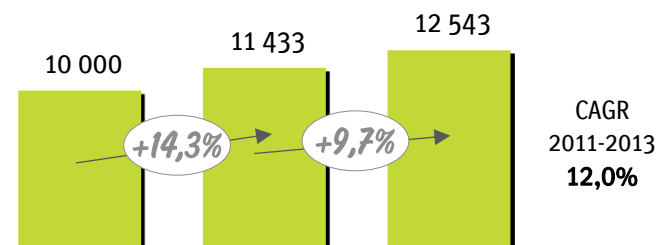
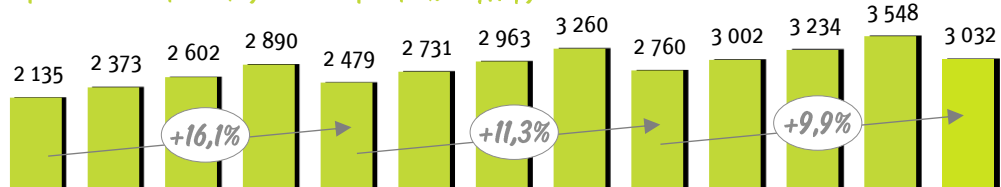
ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЙ РИТЕЙЛ,

в фактических ценах (с учетом инфляции), млрд. руб.



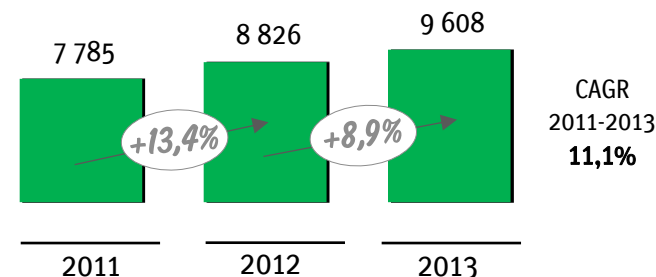
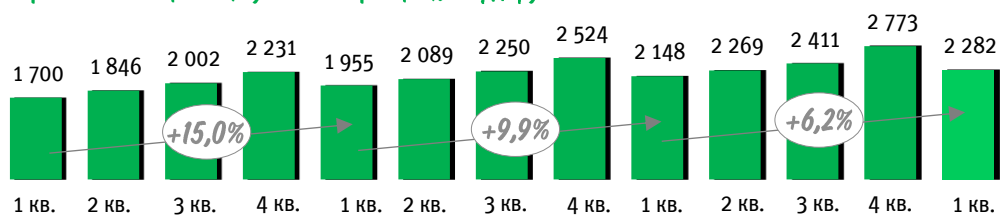
НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЙ РИТЕЙЛ,

в фактических ценах (с учетом инфляции), млрд. руб.



НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЙ РИТЕЙЛ (БЕЗ УЧЕТА АВТО, БЕНЗИНА),

в фактических ценах (с учетом инфляции), млрд. руб.



* CAGR = Compound Annual Growth Rate (Среднегодовой темп роста); Источники: анализ Центра Стратегических Исследований Enter по данным Росстата.

РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ В РОССИИ И МИРЕ

ТЕМПЫ РОСТА МИРОВОГО РИТЕЙЛА:

ИТОГИ 2013 ГОДА

РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ ВСЕГО

FOOD РИТЕЙЛ

NON-FOOD РИТЕЙЛ *

ТОП-3 СЕГМЕНТА NON-FOOD РИТЕЙЛА по темпам роста продаж 2013 год к 2012 году



■ Темп роста объема ритейла в фактических ценах (с учетом инфляции) 2012 год к 2011 году, %
■ Темп роста объема ритейла в фактических ценах (с учетом инфляции) 2013 год к 2012 году, %

* Non-food ритейл не включает в себя продажи автомобилей и бензина.


Источники: Центр Стратегических исследований Enter по данным US Census, Eurostat, NBSC, IBGE, Statistics South Africa, Turkstat, Росстат


ОБЪЕМ И ТЕМПЫ РОСТА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИИ

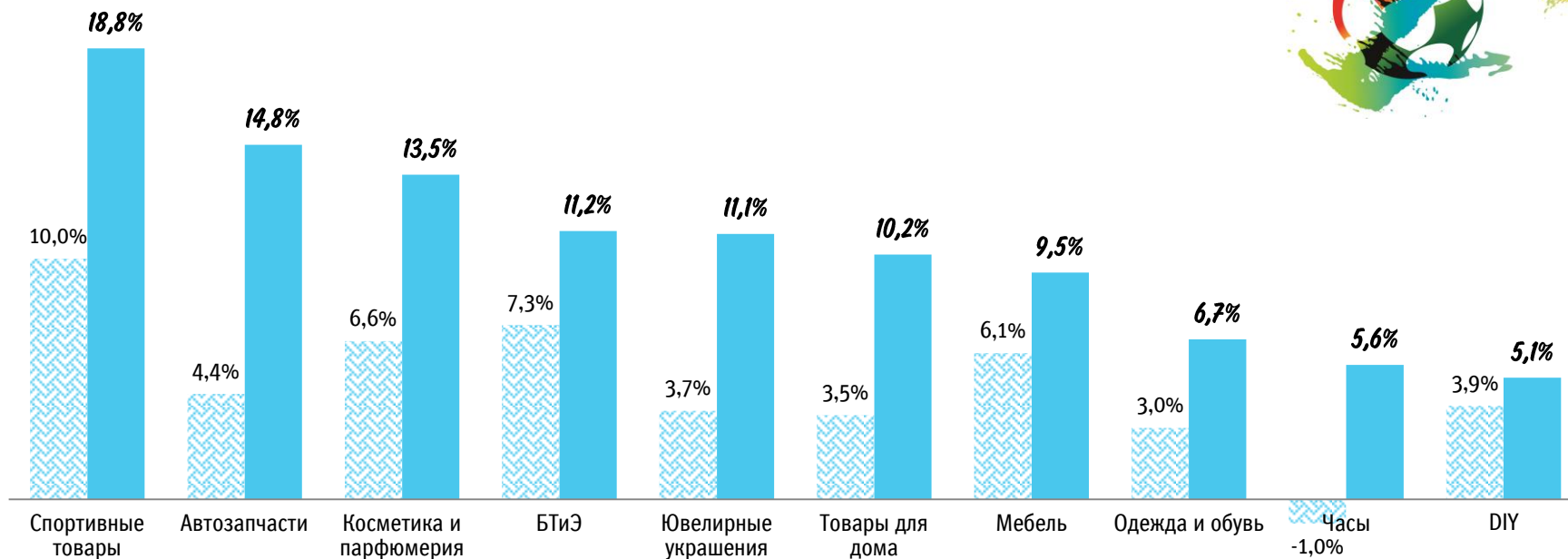
ОТРАСЛЕВЫЕ ТЕМПЫ РОСТА

ГОДОВАЯ ДИНАМИКА

Темпы роста:
 2013 ГОД / 2012 ГОД

 Рост фактического объема розничных продаж в России (в деньгах, с учетом инфляции), %

 Рост физического объема розничных продаж в России (без учета инфляции), %



Источник: анализ Центра Стратегических Исследований Enter по данным Росстата.

* Темп роста по некоторым сегментам рассчитан на основании консолидированных данных Росстата по ряду категорий:

Сегмент «БТиЭ»: Аудио- и видеоаппаратура, Компьютеры, Стиральные машины, Телевизоры, Носители информации, Фотоаппаратура и фототовары, Холодильники и морозильники;

Сегмент «Одежда и обувь»: Верхняя одежда, Нательное белье, Обувь кожаная, Одежда из меха, Чулочно-носочные изделия; Сегмент «Товары для дома»: Лампы, Посуда металлическая и из стекла, керамики, фарфора и фаянса, Ткани; Сегмент «DIY»: Строительные материалы, напольные покрытия, ковры и ковровые изделия; Сегмент «Спортивные товары»: велосипеды и мотовелосипеды, другие спортивные товары

РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ В РОССИИ И МИРЕ

ТЕМПЫ РОСТА МИРОВОГО РИТЕЙЛА:

ИТОГИ 1 КВ. 2014

**РОЗНИЧНАЯ
ТОРГОВЛЯ ВСЕГО**
**FOOD
РИТЕЙЛ**
**NON-FOOD
РИТЕЙЛ ***
**ТОП-3 СЕГМЕНТА NON-FOOD РИТЕЙЛА
по темпам роста продаж 1 кв. 2014 к 1 кв. 2013**


■ Темп роста объема ритейла в фактических ценах (с учетом инфляции) 1 квартал 2013 года к 1 кварталу 2012 года, %

■ Темп роста объема ритейла в фактических ценах (с учетом инфляции) 1 квартал 2014 года к 1 кварталу 2013 года, %

* Non-food ритейл не включает в себя продажи автомобилей и бензина.



Источники: Центр Стратегических исследований Enter по данным US Census, Eurostat, NBSC, IBGE, Statistics South Africa, Turkstat, Росстат

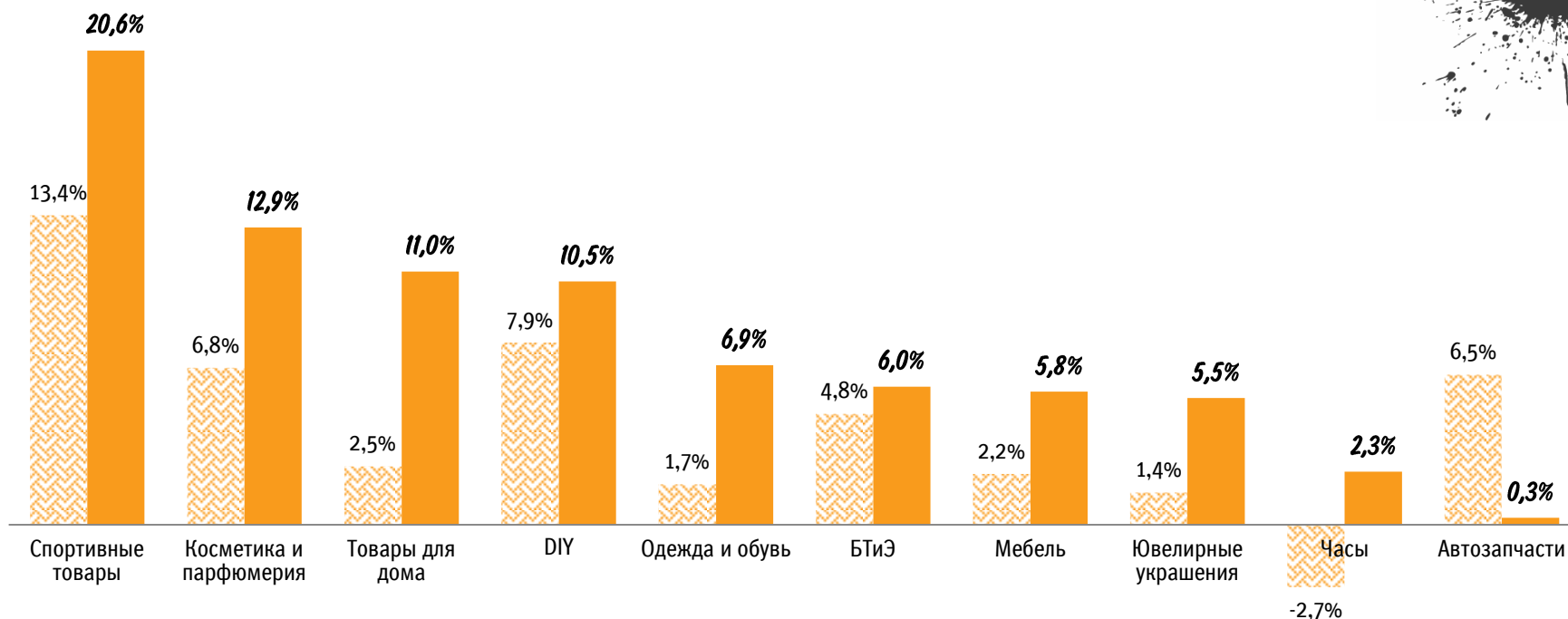
ОБЪЕМ И ТЕМПЫ РОСТА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИИ

ОТРАСЛЕВЫЕ ТЕМПЫ РОСТА:

ДИНАМИКА 1 КВАРТАЛА 2014 (ТЕМП РОСТА 1 КВ.2014/1 КВ.2013)

Темпы роста:
1 КВ. 2014/ 1 КВ. 2013

-  Рост фактического объема розничных продаж в России (в деньгах, с учетом инфляции), %
-  Рост физического объема розничных продаж в России (без учета инфляции), %



Источник: анализ Центра Стратегических Исследований Enter по данным Росстата.

* Темп роста по некоторым сегментам рассчитан на основании консолидированных данных Росстата по ряду категорий:

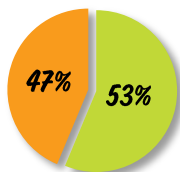
Сегмент «БТиЭ»: Аудио- и видеоаппаратура, Компьютеры, Стиральные машины, Телевизоры, Носители информации, Фотоаппаратура и фототовары, Холодильники и морозильники;
 Сегмент «Одежда и обувь»: Верхняя одежда, Нательное белье, Обувь кожаная, Одежда из меха, Чулочно-носочные изделия; Сегмент «Товары для дома»: Лампы, Посуда металлическая и из стекла, керамики, фарфора и фаянса, Ткани; Сегмент «DIY»: Строительные материалы, напольные покрытия, ковры и ковровые изделия; Сегмент «Спортивные товары»: велосипеды и мотовелосипеды, другие спортивные товары

ОБЪЕМ И ТЕМПЫ РОСТА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИИ РЕГИОНАЛЬНАЯ СТРУКТУРА

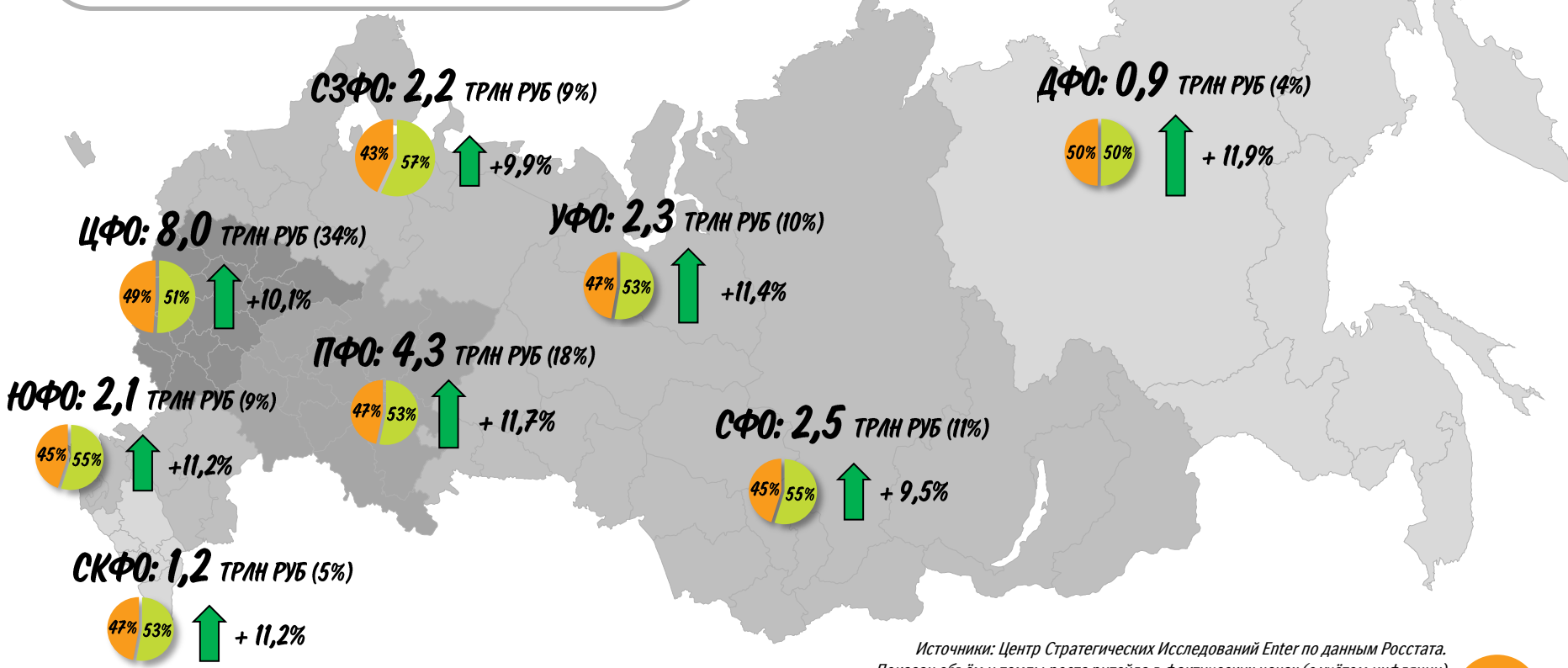
**ВСЕГО РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ
 В РОССИИ В 2013 ГОДУ:**

23,7 ТРЛН. РУБ. (100%)

↑ +10,3% Темп роста оборота ритейла,
 2013 г. к 2012 г., %



■ Доля продовольственного ритейла в России, %
 ■ Доля непродовольственного ритейла в России, %



Источники: Центр Стратегических Исследований Enter по данным Росстата.
 Показан объем и темпы роста ритейла в фактических ценах (с учётом инфляции)

ОБЪЕМ И ТЕМПЫ РОСТА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИИ

ТОП-10 РЕГИОНОВ ПО ТЕМПУ РОСТА НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ ТОРГОВЛИ

РЕГИОН	ОБОРОТ NON-FOOD ТОРГОВЛИ, МЛРД. РУБ. **	ПРИРОСТ ОБОРОТА NON-FOOD ТОРГОВЛИ, 2013/2012	ТОП-3 СЕГМЕНТА NON-FOOD ТОРГОВЛИ ПО ТЕМПАМ РОСТА 2013/2012
#1 Московская область	689	+0,3%	<ul style="list-style-type: none"> Бытовая техника и Электроника 24% Спортивные товары 9% Парфюмерия и косметика 2%
#2 Свердловская область	510	+10,4%	<ul style="list-style-type: none"> Автозапчасти 34% Бытовая техника и Электроника 14% Одежда и обувь 13%
#3 Краснодарский край	490	+9,8%	<ul style="list-style-type: none"> Мебель 62% Ювелирные украшения и часы 30% Парфюмерия и косметика 27%
#4 Республика Татарстан	409	+7,7%	<ul style="list-style-type: none"> Автозапчасти 41% Парфюмерия и косметика 36% Мебель 24%
#5 Тюменская область	386	+15,3%	<ul style="list-style-type: none"> Парфюмерия и косметика 57% Автозапчасти 39% Мебель 38%



* За исключением Москвы и Санкт-Петербурга

** Розничная продажа основных непродовольственных категорий товаров в 2013 г, за исключением автомобилей и бензина

Источник: Центр Стратегических Исследований Enter по данным Росстата. Показан фактический темп роста (с учетом инфляции).

ОБЪЕМ И ТЕМПЫ РОСТА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИИ

ТОП-10 РЕГИОНОВ ПО ТЕМПУ РОСТА НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ ТОРГОВЛИ

РЕГИОН	ОБОРОТ NON-FOOD ТОРГОВЛИ, МЛРД. РУБ. **	ПРИРОСТ ОБОРОТА NON-FOOD ТОРГОВЛИ, 2013/2012	ТОП-3 СЕГМЕНТА NON-FOOD ТОРГОВЛИ ПО ТЕМПАМ РОСТА 2013/2012
#6 Ростовская область	376	+9,3%	<ul style="list-style-type: none"> Бытовая техника и Электроника 15% Одежда и обувь 12% Парфюмерия и косметика 9%
#7 Республика Башкортостан	362	+14,2%	<ul style="list-style-type: none"> Ювелирные украшения и часы 30% Парфюмерия и косметика 20% Товары для дома и DIY 15%
#8 Самарская область	294	+20,8%	<ul style="list-style-type: none"> Мебель 27% Одежда и обувь 13% Парфюмерия и косметика 10%
#9 Нижегородская область	287	+14,5%	<ul style="list-style-type: none"> Автозапчасти 28% Парфюмерия и косметика 13% Спортивные товары 13%
#10 Челябинская область	271	-3,5%	<ul style="list-style-type: none"> Парфюмерия и косметика 14% Ювелирные украшения и часы 9% Товары для дома и DIY 8%



* За исключением Москвы и Санкт-Петербурга

** Розничная продажа основных непродовольственных категорий товаров в 2013 г, за исключением автомобилей и бензина

Источник: Центр Стратегических Исследований Enter по данным Росстата. Показан фактический темп роста (с учетом инфляции).

РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ В РОССИИ ПО ИТОГАМ 2013 ГОДА КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ

- Темп роста оборота непродовольственного ритейла в России по итогам 2013 г. снижается до 9,7% относительно 2012 г. (14,3%). При этом в целом в стране по итогам 2013 на non-food retail приходится наибольшая доля рынка 53%.
- Лидером роста по данным Росстата среди непродовольственных товарных категорий по итогам 2013 года стал сегмент «Спортивные товары». Его рост относительно 2012 года составил 18,8% в денежном эквиваленте (с учетом сегментной инфляции) и 10,0% в физическом эквиваленте (без учета инфляции).
- Среди сегментов выделяется четыре направления, которые имеют наименьшие показатели темпа роста физического объема продаж (а значит снижение уровня потребления) по итогам 2013 года по отношению к 2012 году: Часы (-1,0%), Одежда и обувь (3,0%), Товары для дома (3,5%) и Ювелирные украшения (3,7%).



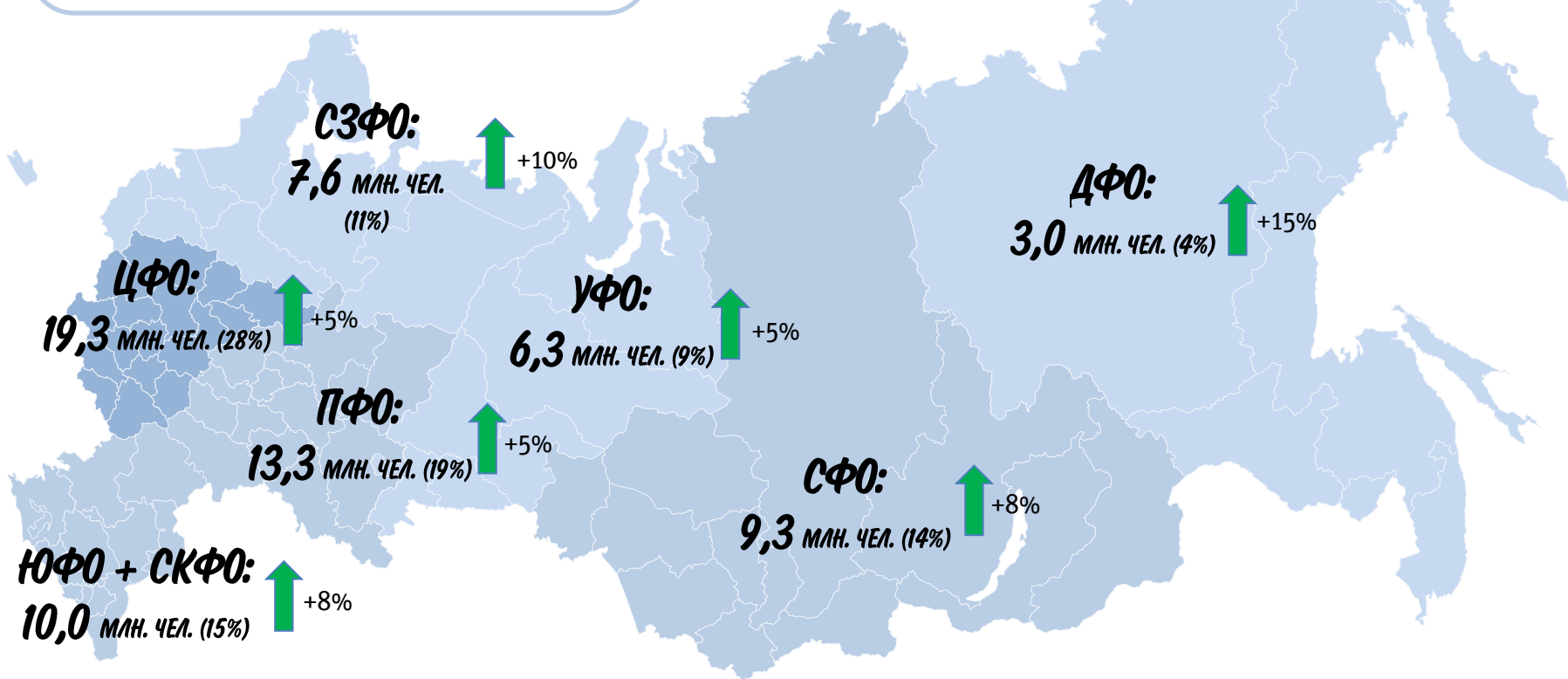
РЫНОК E-COMMERCE В РОССИИ

КОЛИЧЕСТВО ИНТЕРНЕТ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ПО ИТОГАМ 2013 ГОДА:

**ВСЕГО ИНТЕРНЕТ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ
 В РОССИИ:**

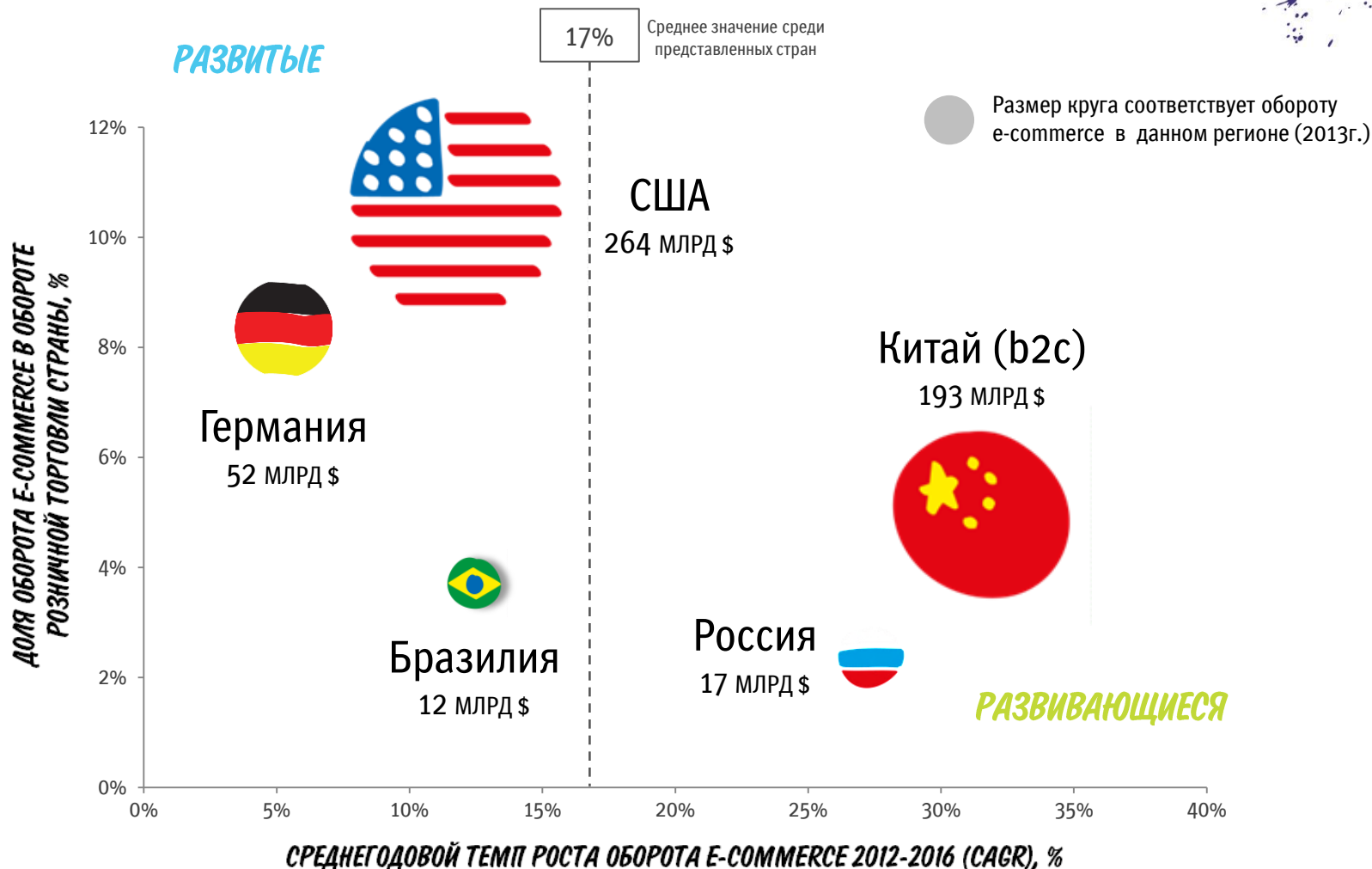
68,7 МЛН. ЧЕЛ. (100%)

↑ +10,3% Темп роста интернет-пользователей
 Зима 2014 г. к Зима 2013 г. (%)



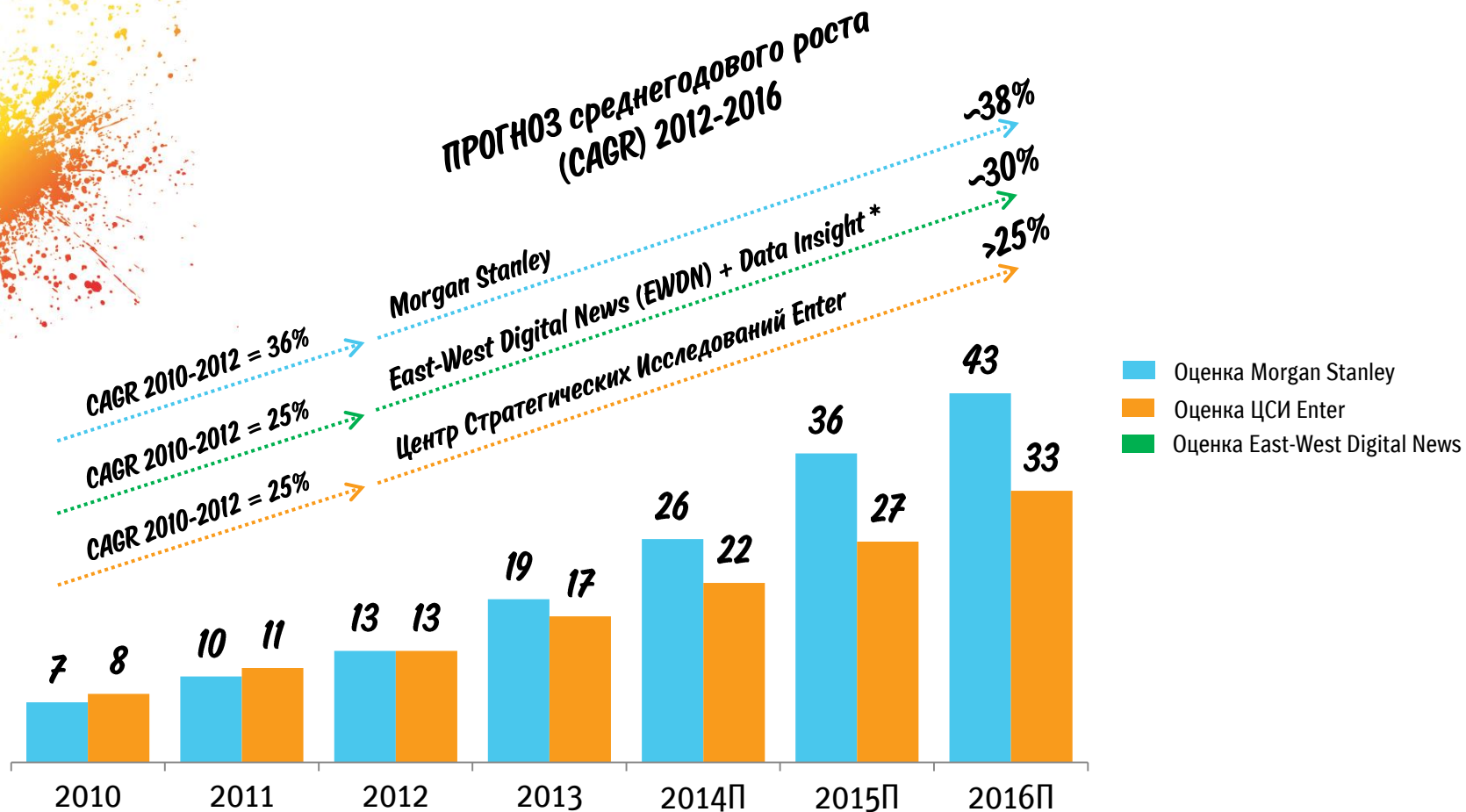
Источник: ФОМ (Зима 2014/ Зима 2013)

МИРОВЫЕ РЫНКИ E-COMMERCE ОБЪЕМ И ТЕМПЫ РОСТА 2013 ГОД, \$ МЛРД. США



Источники: Центр Стратегических Исследований Enter, US Census, eMarketer, InternetRetailer.com, Morgan Stanley

ОБОРОТ E-COMMERCE В РОССИИ ОЦЕНКИ И ПРОГНОЗЫ, \$ МЛРД. США



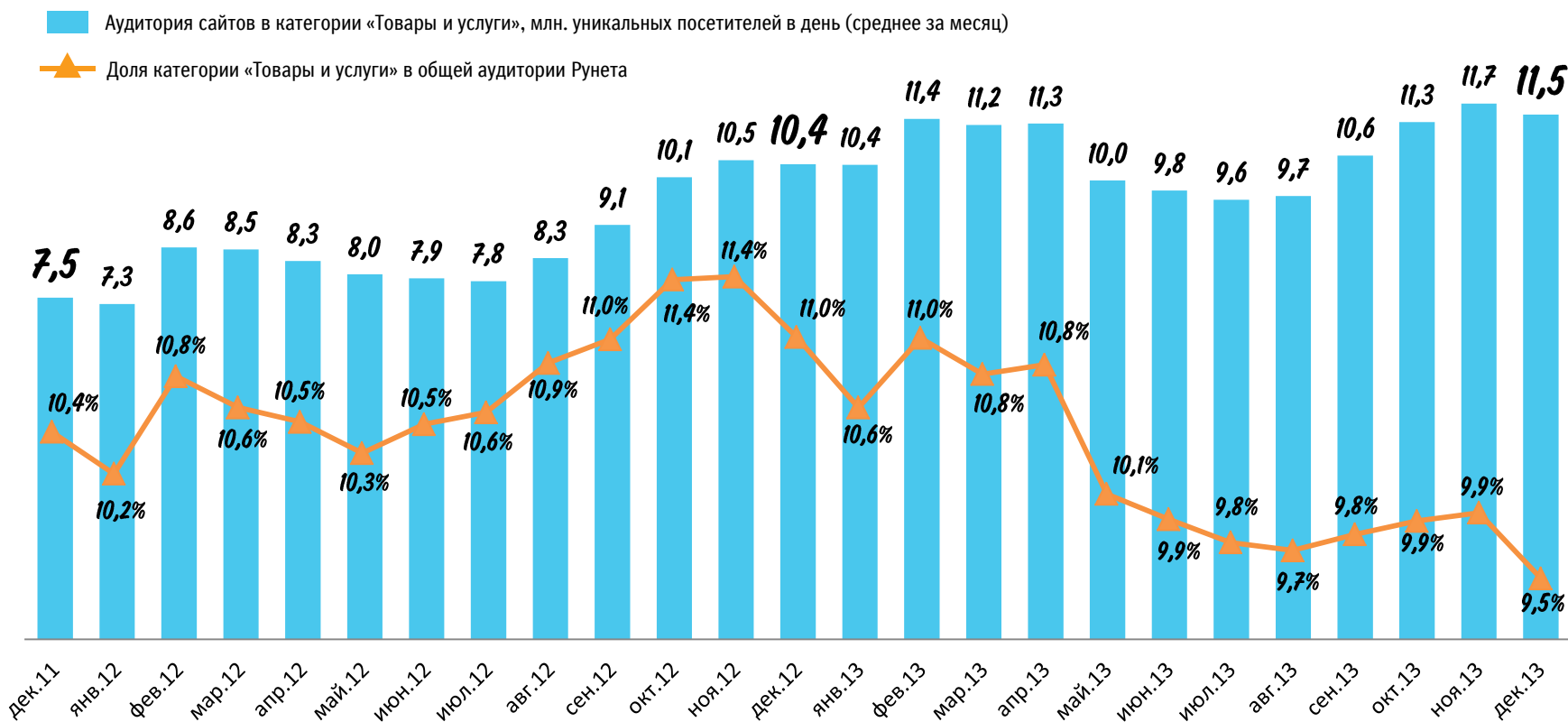
* Прогнозы EWDN и Data Insight – до 2015 г.
 Источник: Центр Стратегических Исследований Enter, Morgan Stanley, East-West Digital News, InSales, Data Insight, Fast Lane Ventures

ИНДЕКС РОСТА ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ

АУДИТОРИЯ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ

МЛН. УНИКАЛЬНЫХ ПОСЕТИТЕЛЕЙ В ДЕНЬ *

- Аудитория Интернет-магазинов увеличивается быстрыми темпами: в среднем на 24% за последние 2 года. В конце 2011 г. дневная аудитория сайтов, зарегистрированных в категории «Товары и Услуги» на LiveInternet составляла 7,5 млн. человек, в то время как к концу 2013 количество посетителей увеличилось до 11,5 млн.



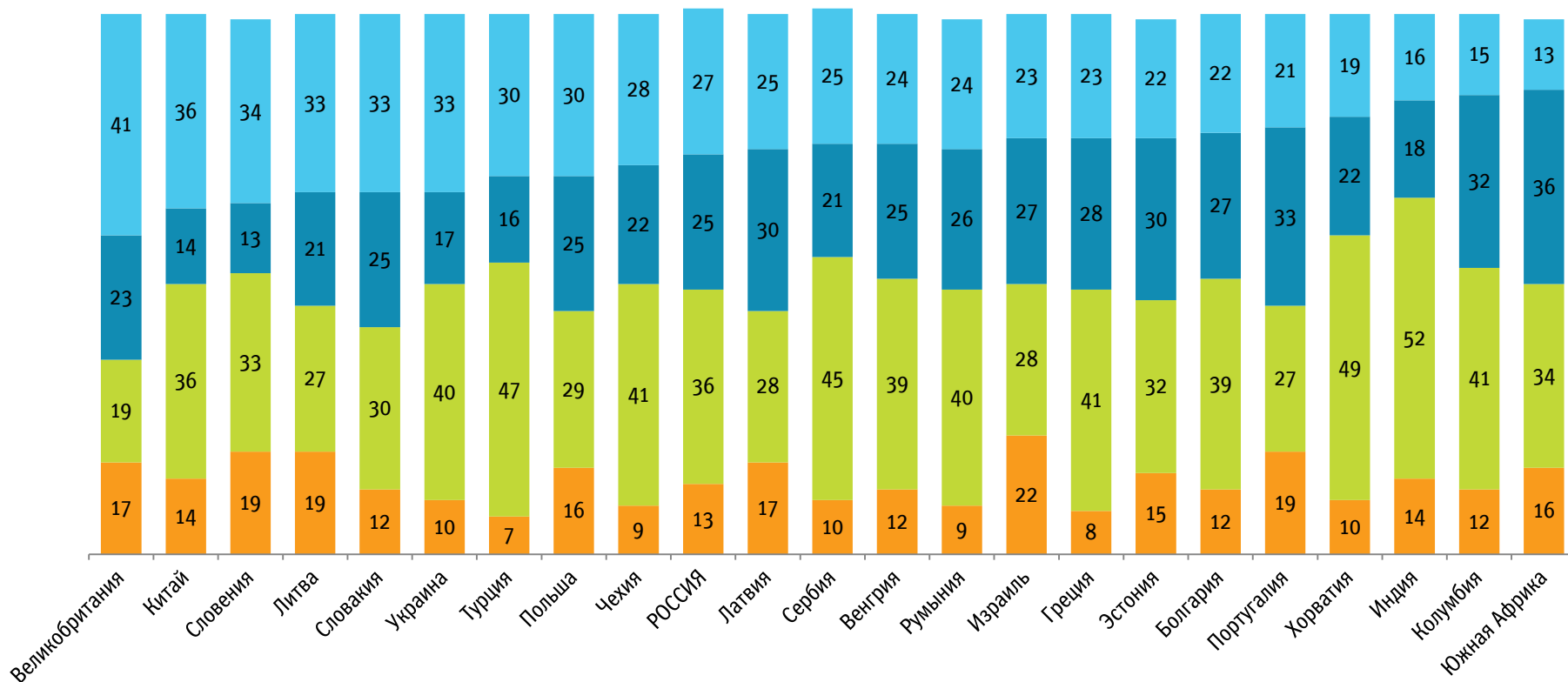
* Размер анализируемой аудитории ограничивается аудиторией сайтов, зарегистрированных в системе LiveInternet
 Источники: анализ Центра Стратегических Исследований Enter по данным LiveInternet

РАЗВИТИЕ И РОЛЬ ИНТЕРНЕТА ПРИ ПОИСКЕ ТОВАРОВ ДОЛЯ ОНЛАЙН-ПОИСКА ИНФОРМАЦИИ



Q8: For which of these products or services did you do research online?
 Q12a: Which information sources did you use in general?
 Base: Product purchasers
 %

■ Изучают информацию о товарах только онлайн
■ Изучают информацию о товарах как оффлайн, так и онлайн
■ Изучают информацию о товарах только оффлайн
■ Не изучают информацию о товарах



Источник: Исследование Consumer Barometer 2013, Google

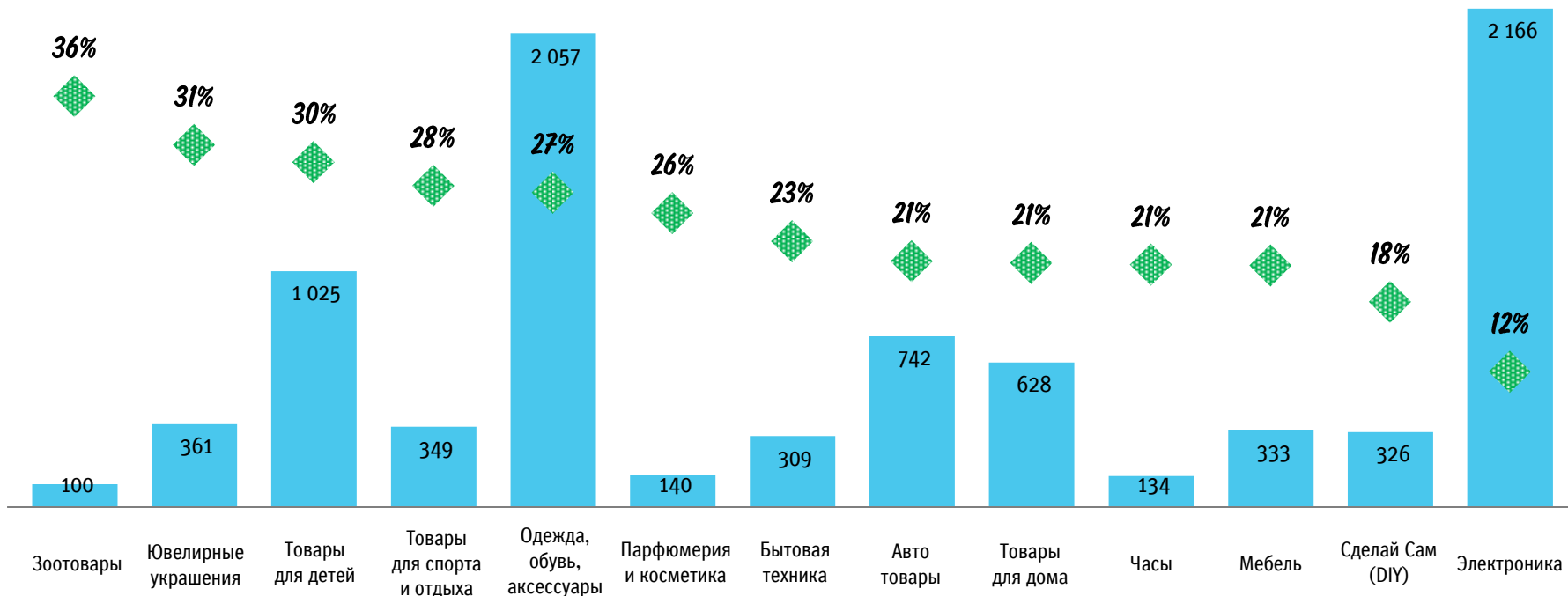
ПОИСКОВЫЕ ЗАПРОСЫ ПО ТОВАРНЫМ СЕГМЕНТАМ

СЕГМЕНТЫ-ЛИДЕРЫ ПО РОСТУ ЗАПРОСОВ

ДАННЫЕ ПО РОССИИ

■ Индекс среднего количества поисковых запросов товаров данного направления в месяц в 2013 году (за 100 взято кол-во запросов в категории «Зоотовары»)

◆ Рост количества поисковых запросов товаров данного направления 2013/2012 год, %

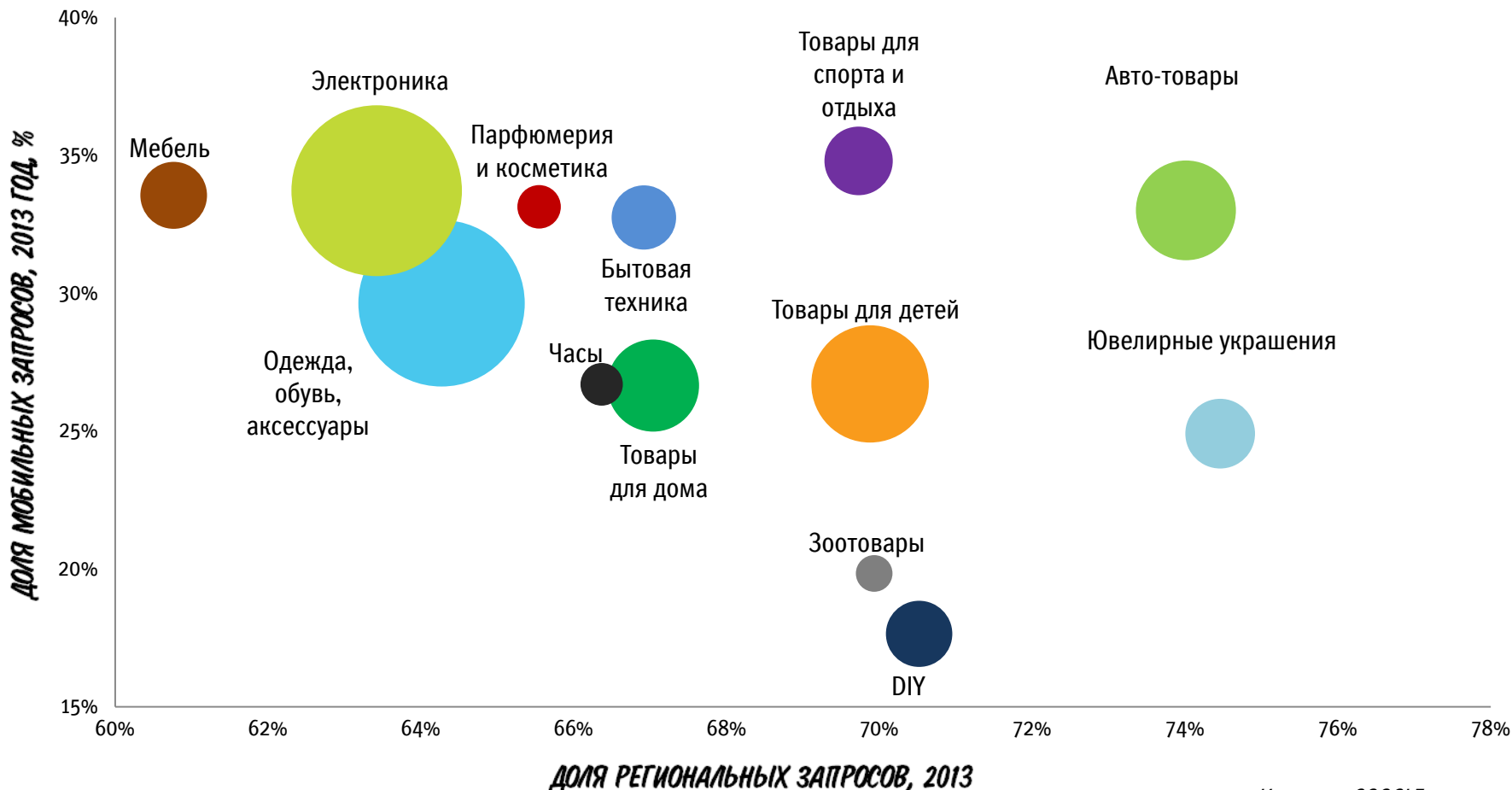


Источник: внутренние данные Google. Поисковые данные проиндексированы.

ПОИСКОВЫЕ ЗАПРОСЫ ПО ТОВАРНЫМ СЕГМЕНТАМ ДОЛЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ И МОБИЛЬНЫХ ЗАПРОСОВ ДАННЫЕ ПО РОССИИ



● Размер круга отображает количество запросов товаров данной категории



Источник: GOOGLE

«Региональные запросы» означает запросы не из Москвы и Санкт-Петербурга; «Мобильные запросы» означает запросы со смартфонов и планшетов

ТОП-25 ОНЛАЙН-РИТЕЙЛЕРОВ РОССИИ ПО ЧИСТОЙ ОНЛАЙН-ВЫРУЧКЕ С НДС В 2013 ГОДУ *

№	КОМПАНИЯ (ГРУППА КОМПАНИЙ)	СЕКТОР ТОРГОВЛИ	ЧИСТАЯ ОНЛАЙН-ВЫРУЧКА С НДС В 2013 ГОДУ, МЛН. РУБЛЕЙ *	СРЕДНЕЕ КОЛ-ВО УНИКАЛЬНЫХ ПОСЕТИТЕЛЕЙ САЙТА В МЕСЯЦ В 2013 ГОДУ, МЛН. **
1	Ulmart.ru	Бытовая техника и электроника	21 800	7 000
2	Swaznoy (Swaznoy.ru + Enter.ru) (1)	Смешанный ассортимент	21 525	-
3	Otto Group	Одежда и обувь	18 300	-
4	Wildberries.ru	Одежда и обувь	15 500	13 000
5	Citilink.ru	Бытовая техника и электроника	12 200	2 900
6	Exist.ru	Авто-товары	11 600	2 700
7	Ozon (Ozon.ru + Sapato.ru) (2)	Смешанный ассортимент	10 900	-
8	IQ One Holdings (e96.ru + Sotmarket.ru + Utinet.ru)	Смешанный ассортимент	10 244	-
9	Lamoda.ru	Одежда и обувь	7 700	5 800
10	Kupivip group (Kupivip.ru + Shoptime.ru) (3)	Одежда и обувь	6 100	-
11	Mvideo.ru	Бытовая техника и электроника	5 932	8 800
12	DNS group (Dns-shop.ru + Technopoint.ru)	Бытовая техника и электроника	5 810	-
13	Komus.ru	Смешанный ассортимент	5 760	900
14	Eldorado.ru	Бытовая техника и электроника	4 800	5 200
15	Wikimart.ru	Смешанный ассортимент	4 770	4 100
16	Vseinstrumenti.ru	DIY	3 650	1 400
17	Holodilnik.ru	Бытовая техника и электроника	3 220	1 300
18	Vasko.ru	Бытовая техника и электроника	2 970	500
19	Notik.ru	Бытовая техника и электроника	2 964	500
20	Euroset.ru	Бытовая техника и электроника	2 880	1 900
21	Laredoute.ru	Одежда и обувь	2 540	900
22	Key.ru	Бытовая техника и электроника	2 500	700
23	Utkonos.ru	Смешанный ассортимент	2 330	1 100
24	220-volt.ru	DIY	2 110	1 200
25	Pleer.ru	Бытовая техника и электроника	2 010	1 800

Источник: Совместное исследование Data Insight, Центра Стратегических Исследований Enter, East-West Digital News, июнь 2014.

* Чистая онлайн-выручка = только интернет-выручка компаний, исключая другие каналы продаж без учета оборота от невыполненных заказов и возвратов; включая продажи от деятельности на территории РФ и стран СНГ

** Показатель среднего кол-ва уникальных посетителей сайта в месяц основан на экспертных оценках

(1) Группа компаний, принадлежащая М.Ноготкову

(2) Не включая Ozon Travel и B2B

(3) Не включая B2B

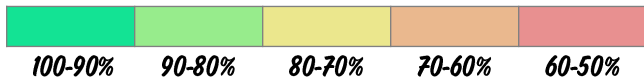
Чистая онлайн-выручка: ОФИЦИАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ

Чистая онлайн-выручка: ЭКСПЕРТНЫЕ ОЦЕНКИ

РЕГИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ ОНЛАЙН-РИТЕЙЛА

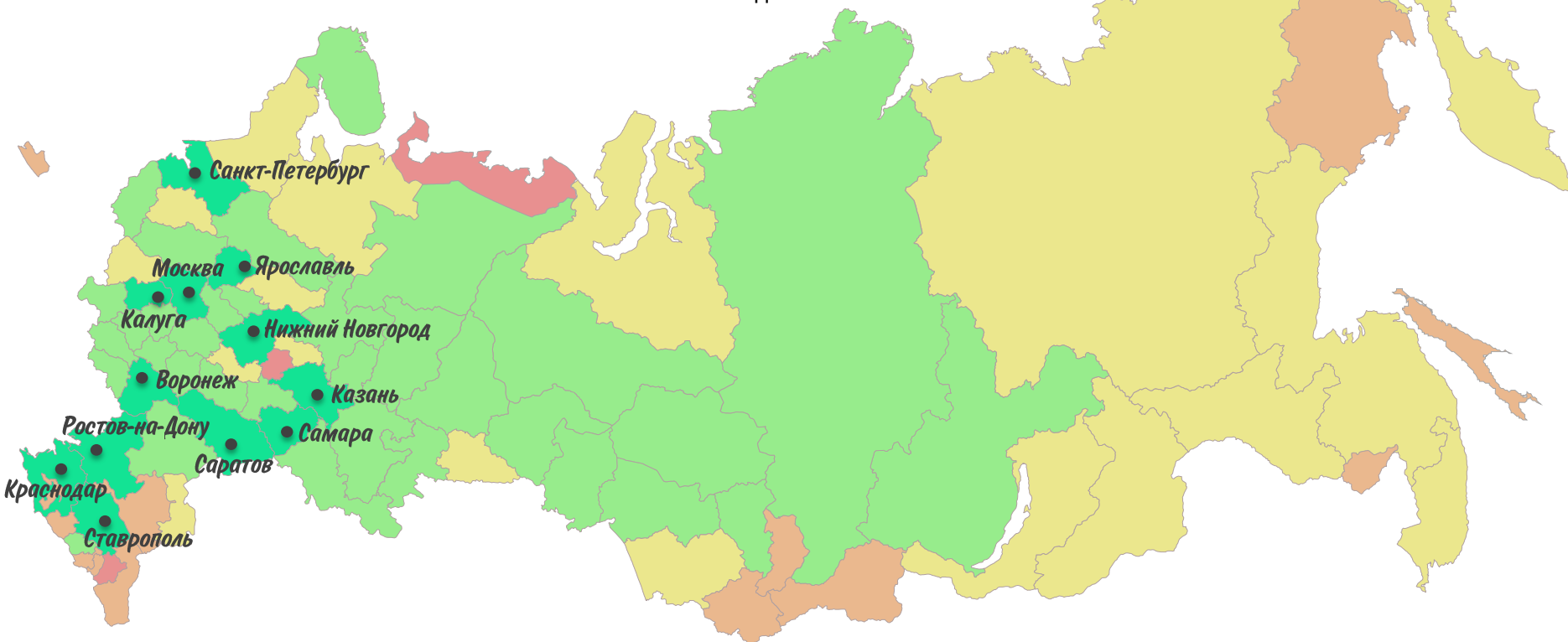
ИНДЕКС НАЛИЧИЯ ДОСТАВКИ *

% КОМПАНИЙ ИЗ ВЫБОРКИ, ИМЕЮЩИХ ДОСТАВКУ В СТОЛИЦУ ДАННОГО РЕГИОНА *



ТОП-5 ГОРОДОВ:

- МОСКВА
- САМАРА
- КАЗАНЬ
- САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
- КРАСНОДАР



Источник: Центр Стратегических Исследований Enter

* График отражает региональное развитие онлайн-ритейла: выводы по наличию доставки в регион сделаны на основании факта наличия доставки в столицу данного региона. Расчет производился по 36 онлайн-ритейлерам: ozon.ru, e96.ru, dostavka.ru, ulmart.ru, sotmarket.ru, e5.ru, stolplit.ru, hoff.ru, vseinstrumenti.ru, 220-volt.ru, Detmir.ru, Mytoys.ru, svyaznoy.ru, mvideo.ru, eldorado.ru, citilink.ru, dns-shop.ru, euroset.ru, holodilnik.ru, home.ru, shatura.com, domosti.ru, etoya.ru, letu.ru, shop.rivegauche.ru, Sportmaster.ru, yuterra.ru, domalina.ru, miuz.ru, magicgold.ru, wildberries.ru, kupiVIP.ru, Esky.ru, Sunlight (love-sl.ru), bestwatch.ru, alltime.ru.

ТОП-30 ИНТЕРНЕТ-РИТЕЙЛЕРОВ

ПО РАЗМЕРУ АУДИТОРИИ САЙТА

СПОСОБЫ ОПЛАТЫ И СРОКИ ДОСТАВКИ

СПОСОБЫ ОПЛАТЫ *

СРОКИ ДОСТАВКИ

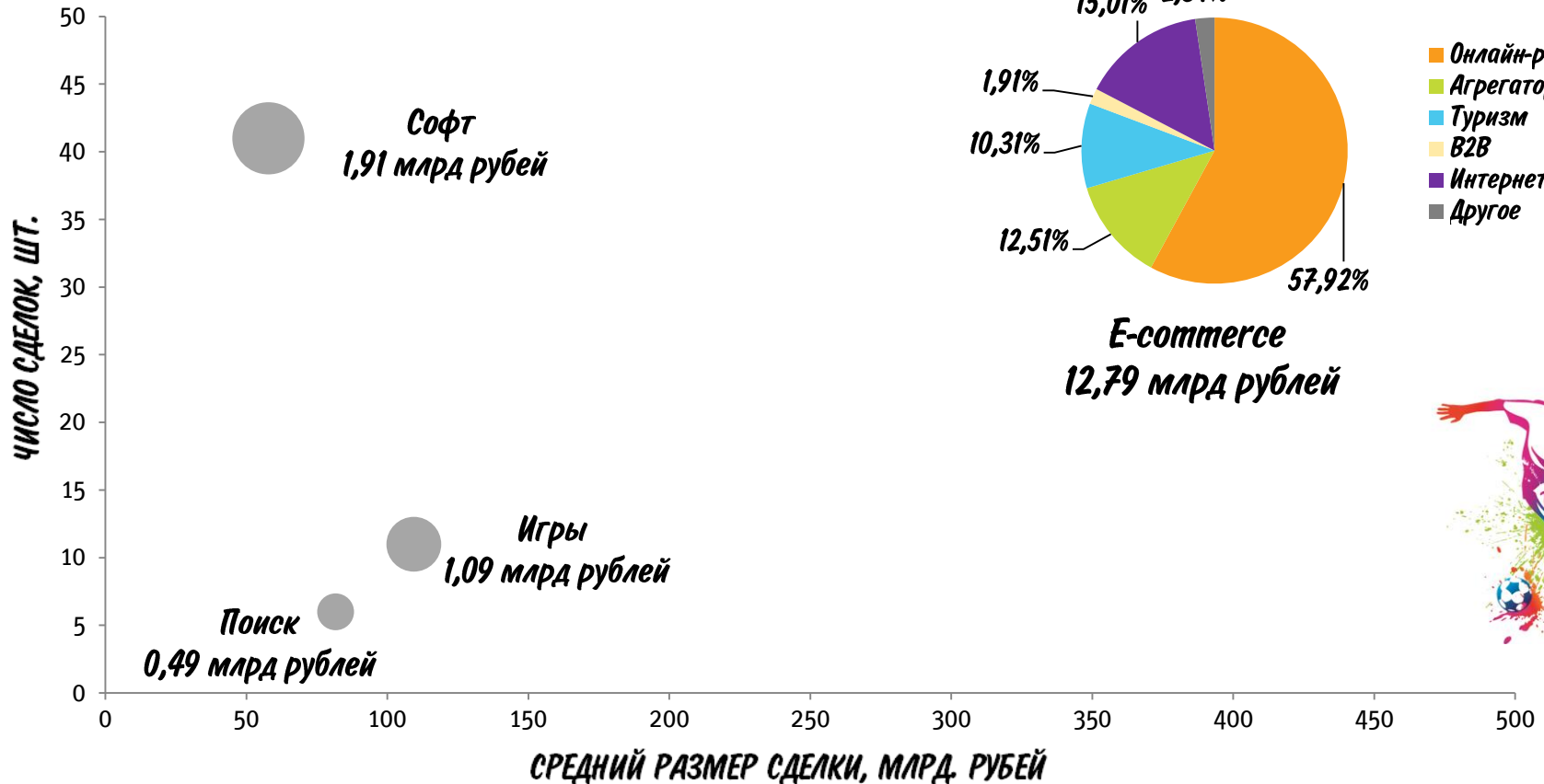
Рейтинг	Сайт	Ассортимент	СПОСОБЫ ОПЛАТЫ *						СРОКИ ДОСТАВКИ			
			Банковская карта	Яндекс Деньги	Paypal	Webmoney	Qiwi	Наличные	Москва МИН (дни)	Москва МАКС (дни)	Санкт-Петербург МИН (дни)	Санкт-Петербург МАКС (дни)
1	ozon.ru	Смешанный ассортимент	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	2	2	3
2	wildberries.ru	Одежда и обувь	✓	✓	✗	✓	✓	✓	1	1	1	1
3	ulmart.ru	БТИЭ	✓	✗	✗	✗	✗	✓	1	2	1	2
4	svyaznoy.ru	БТИЭ	✓	✓	✓	✗	✗	✓	1	1	1	1
5	lamoda.ru	Одежда и обувь	✓	✗	✗	✗	✗	✓	1	2	1	2
6	enter.ru	Смешанный ассортимент	✓	✗	✓	✗	✗	✓	1	1	2	2
7	mvideo.ru	БТИЭ	✓	✗	✗	✗	✗	✓	1	2	н.д.	н.д.
8	eldorado.ru	БТИЭ	✓	✗	✗	✗	✗	✓	1	2	1	2
9	dns-shop.ru	БТИЭ		курьерская доставка отсутствует, только резерв в магазине				н.д.	н.д.	н.д.	н.д.	
10	sotmarket.ru	Смешанный ассортимент	✓	✓	✓	✓	✓	✓	1	1	1	2
11	wikimart.ru	Смешанный ассортимент	✓	✗	✓	✗	✗	✓	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.
12	e5.ru	Смешанный ассортимент	✗	✗	✗	✗	✗	✓	1	5	3	8
13	citilink.ru	БТИЭ	✓	✗	✓	✗	✗	✓	2	4	2	4
14	exist.ru	Автозапчасти	✓	✗	✓	✗	✓	✓	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.
15	shopotam.ru	Трансграничная торговля	✓	✓	✗	✓	✓	✓	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.
16	quelle.ru	Одежда и обувь		курьерская доставка отсутствует, только наложенный платеж				1	14	1	14	
17	kupivip.ru	Одежда и обувь	✓	✓	✓	✗	✓	✓	1	2	1	14
18	foto.ru	БТИЭ	✓	✗	✗	✗	✗	✓	14	21	н.д.	н.д.
19	utinet.ru	БТИЭ	✓	✗	✗	✗	✗	✓	0	1	0	1
20	bonprix.ru	Одежда и обувь	✓	✗	✗	✗	✗	✓	1	14	1	14
21	pleer.ru	БТИЭ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.
22	euroset.ru	БТИЭ	✓	✓	✗	✗	✗	✓	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.
23	e96.ru	Смешанный	✓	✓	✗	✓	✗	✓	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.
24	butik.ru	Одежда и обувь	✓	✓	✗	✓	✓	✓	1	2	3	7
25	sportmaster.ru	Спорт и отдых	✓	✓	✗	✗	✗	✓	1	2	1	2
26	sapato.ru	Одежда и обувь	✓	✗	✗	✓	✗	✓	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.
27	mediamarkt.ru	БТИЭ	✓	✗	✗	✗	✗	✓	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.
28	digital.ru	БТИЭ	✓	✗	✗	✗	✗	✓	1	1	1	1
29	vseinstrumenti.ru	Сделай сам (DIY)	✓	✓	✗	✓	✓	✓	0	1	0	1
30	technopoint.ru	БТИЭ	✓	✗	✗	✗	✗	✓	н.д.	н.д.	н.д.	н.д.

* При оплате на сайте или заказе товара курьерской доставкой

Источники: по данным мониторинга Центра Стратегических Исследований Enter в апреле 2014 г.

ПРЯМЫЕ ИНВЕСТИЦИИ В РОССИЙСКИЙ E-COMMERCE ОБЩИЙ ОБЪЕМ ИНВЕСТИЦИЙ ЗА 2013 ГОД

● Размер круга отображает объём инвестиций за 2013 год



Источник: анализ Центра Стратегических Исследований Enter по данным СМИ, Startupafisha.ru

ПРЯМЫЕ ИНВЕСТИЦИИ В РОССИЙСКИЙ ОНЛАЙН-РИТЕЙЛ КРУПНЕЙШИЕ СДЕЛКИ 2012-2013 *

КОМПАНИЯ	СЕКТОР ТОРГОВЛИ	ИНВЕТОР	ИНВЕСТИЦИИ, МЛН \$
2013 г.			
Lamoda.ru	Одежда и обувь	Access Industries, Summit Partners, Tengelman	130
Holodilnik.ru	БТиЭ	Медиа Капитал	~10-15
Esky.ru	Товары для детей	Ru-Net	6
Foodbynet.ru	Продукты питания	Tamir Fishman CIG Russia	5
Bay.ru	Трансграничная торговля	n/a	4
Trendsbrands.ru	Одежда и обувь	Ventech	4
Nebo.ru	Ювелирные украшения	AddVenture	3
ИТОГО ОБЪЕМ КРУПНЕЙШИХ СДЕЛОК ЗА 2013 ГОД:			167 млн \$ США

2012 г.			
Lamoda.ru	Одежда и обувь	JP Morgan	~55-80
Shoptime	Одежда и обувь	KupiVIP	50
Юлмарт	БТиЭ	Svoboda Corp., Koshigi Ltd.	45
KupiVIP	Одежда и обувь	Accel Partners	38
Всеинструменты.ру	DIY	Zoom Capital	30
Wikimart	Смешанный	Tiger Global Management	30
Obiv.com	Одежда и обувь	Д. Костыгин, А. Мейер	25
Сотмаркет	Смешанный	IQ One (Управляющая компания Ютинет)	~15-20
KupiVIP	Одежда и обувь	MCI Management	15,5
Mebelrama	Мебель	Rocket-Interne	10
003.ru	Смешанный	Media-Saturn	6,5
HomeMe.ru	Мебель	AddVenture, ABRT, Mangrove Capital Partners	5
ИТОГО ОБЪЕМ КРУПНЕЙШИХ СДЕЛОК ЗА 2012 ГОД:			340 млн \$ США

* Инвестиции в онлайн-ритейлеров > 3 млн. \$; Источник: Центр Стратегических Исследований Enter, данные СМИ, Capital IQ; GP Bullhound, Startupafisha.ru



ENTER VISION

Центр стратегических исследований

ДАРИМ ВРЕМЯ ДЛЯ НАСТОЯЩЕГО. ЧЕСТНО. С ЛЮБОВЬЮ. КАК ДЛЯ СЕБЯ.

Данное исследование было подготовлено командой ЦСИ Enter:
Его авторы: Игорь Кулюхин, Жанна Богдашина, Элла Максимова и Владимир Титов.
Мы также благодарим компанию Google за предоставленную аналитику.

Электронное издание ENTER.RU «Розничная торговля и онлайн-ритейл в России. Итоги 2013 года и 1 квартала 2014 года»

Адрес редакции: Москва, ул. Орджоникидзе, 11, с. 10. Главный редактор: Колотенко Андрей Владимирович.

Авторы: Центр стратегических исследований Enter. Дата выхода: 30.06.2014

Свидетельство о регистрации средства массовой информации: Эл. №ФС77-48467, выдано 06.02.2012 г.

Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.

Данное Исследование было подготовлено ООО «Энтер» исключительно в целях информирования и предназначено для частного использования. Любое копирование и использование материалов Исследования приветствуется и допускается без письменного согласия ООО «Энтер», но при условии упоминания «Центр Стратегических исследований Enter» или «ЦСИ Enter» в качестве источника.

Информация, представленная в настоящем Исследовании, получена из открытых источников. Редакцией были приняты все разумные меры к тому, чтобы обеспечить точность и актуальность использованной в Исследовании информации.

Редакция не несет ответственность за какие-либо убытки или ущерб, возникшие в результате использования любой третьей стороной информации, содержащейся в настоящем Исследовании.

Дополнительная информация может быть предоставлена по запросу. Все товарные знаки принадлежат их правообладателям и используются в соответствии с законодательством РФ.

Copyright © 000 «Энтер»

