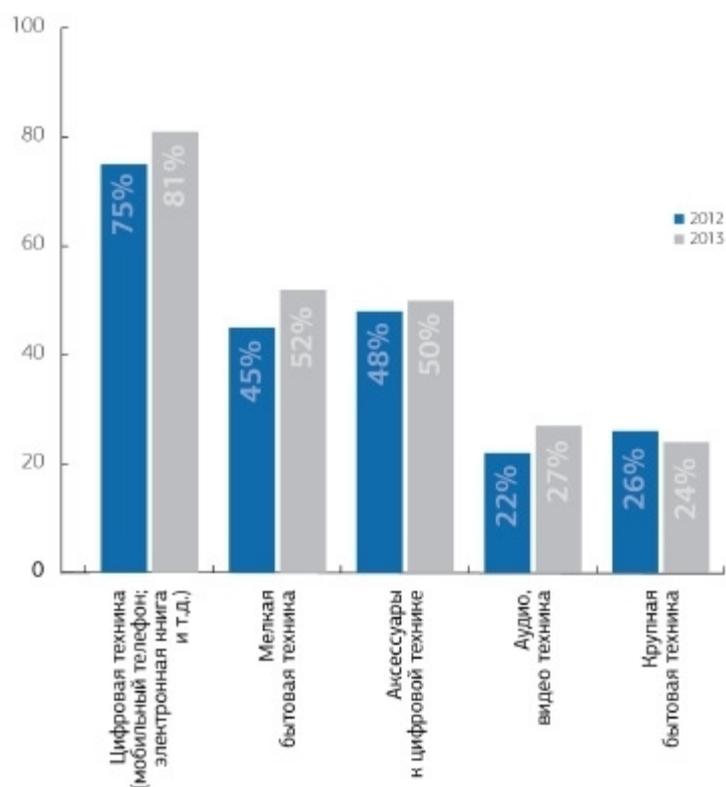


## Эксперты провели масштабное исследование рынка электронной коммерции Украины, 02.12.2014 13:25

<http://igate.com.ua/news/4333-ehksperty-proveli-masshtabnoe-issledovanie-rynka-ehlektronnoj-kommertsii-ukrainy>

Украинская ассоциация директ маркетинга (УАДМ), Ukraine Digital News (UADN) и венчурный фонд AVentures Capital провели масштабное исследование рынка электронной коммерции Украины.

По данным исследования, в 2013 г. объем рынка e-commerce Украины составил около \$2 млрд., рост относительно 2012 г. (порядка \$1,6 млрд.) составил примерно 25%. Объем рынка с учетом продаж по каталогам достигает \$2,2 млрд. Доля online-торговли в общем объеме розничного ритейла в 2013 г. составила около 2%.



Наиболее крупный сегмент - электроника и бытовая техника, показавший около \$ 1 млрд в online-продажах и более \$ 6 млрд. по совокупным продажам online и offline. Следующими по значимости сегментами онлайн-продаж являются: билеты на транспорт, fashion (одежда и обувь), косметика и парфюмерия, товары для авто (продажа шин), товары для детей, книги, билеты (мероприятия). Наименее развитыми, но перспективными для развития

сегментами продаж через интернет, по итогам 2013 года, являются Строительные материалы, еда, товары для дома (мебель), ювелирные украшения и спортивные товары.

Название сегмента	Объем, \$	% от общего объема e-commerce
Электроника и бытовая техника	1 млрд.	50
Билеты (авиа)	262 млн.*	13
Fashion	150 млн.	7,5
Косметика и парфюмерия	25 млн.	1,3
Билеты (мероприятия)	17,5 млн.	0,9
Билеты (ж/д)	13 млн.	0,7
Книги	10 млн.	0,5
Товары для детей	10 млн.	0,5
Другие товары и услуги**	512 млн.	25,6

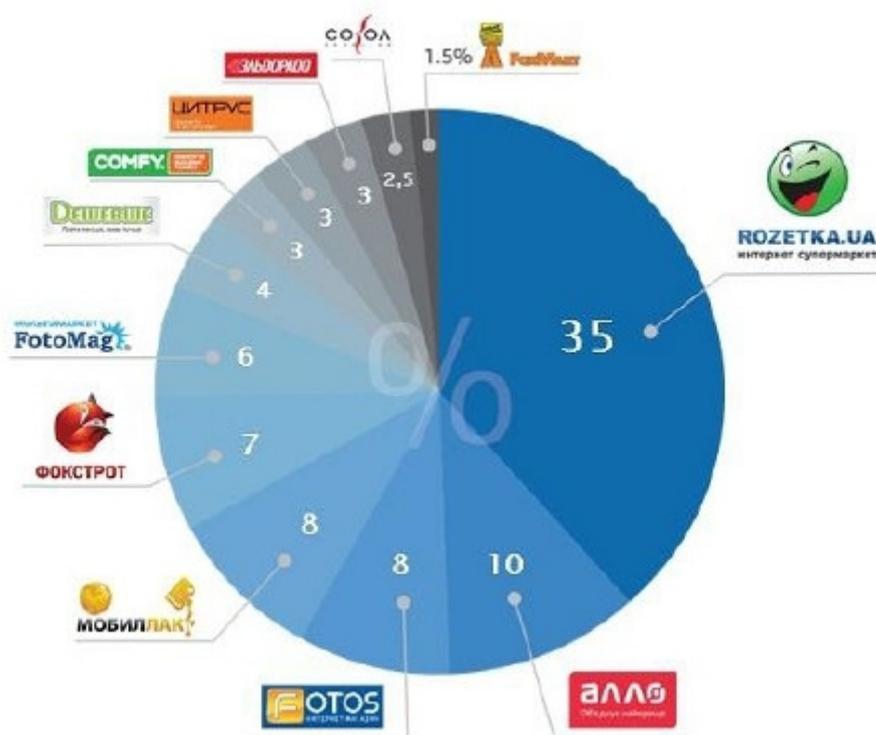


*«Результаты 2013 года сегодня для нас особенно актуальны. Это последний докризисный год, по показателям которого можно судить о развитии рынка, строить прогнозы, опираясь на его природную динамику. Ситуация, в которой оказалась Украина в 2014 году, существенно отразилась на возможностях всех участников рынка электронной коммерции. И очевидно, что картина 2014 года будет в корне отличаться от планируемых ранее темпов развития. Оценить ее мы сможем, только имея конкретные цифры. Но итоги 2014 года позволят лишь констатировать, насколько существенны потери рынка. Вряд ли на этих тенденциях можно будет прогнозировать развитие рынка в стабилизирующейся экономике, на которую все надеются», - говорит Мария Авраменко, аналитик УАДМ.*

Итоги первого полугодия 2014 г. на рынке электронной коммерции стали преимущественно отражением политической, экономической и социальной ситуации в стране.

Несмотря на увеличение количества интернет-пользователей и более глубокое проникновение интернета, заинтересованность потенциальных покупателей электроники и бытовой техники снизилась. Уже сейчас наблюдается рост объема сегмента на 30% в гривне, но снижение примерно на 20% в долларовом выражении, обусловленные постоянными валютными колебаниями. Последний «взрыв» продаж здесь наблюдался в апреле 2014 г.

### Рейтинг лидеров по долям от общего объема сегмента «Электроника и бытовая техника» (по online-продажам)

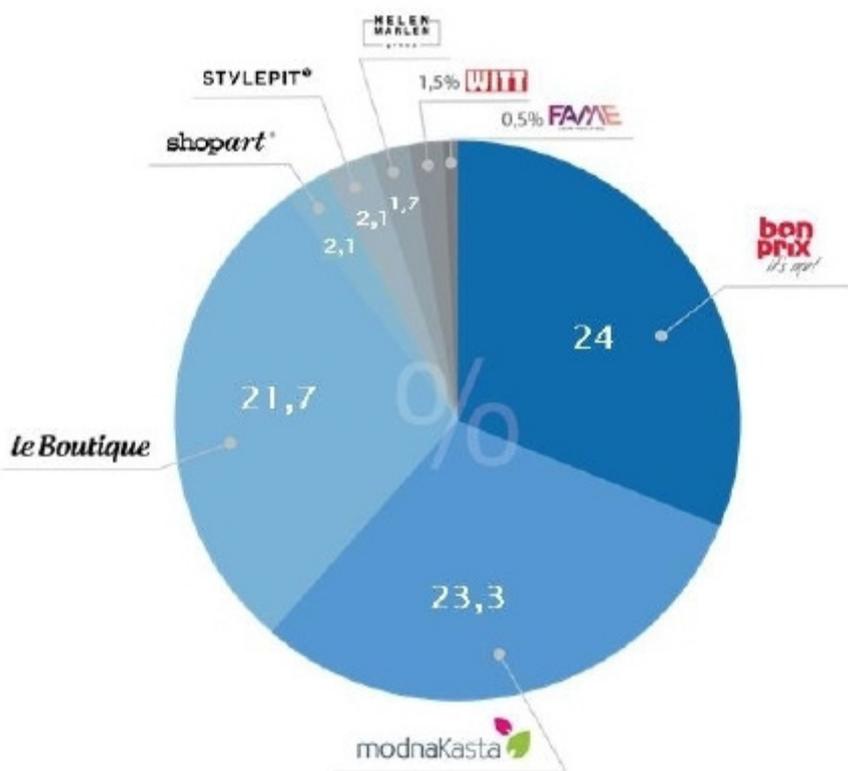


Падение курса гривны спровоцировало стремление украинцев вкладывать деньги в материальные ценности. В период начала аннексии Крыма наблюдался активный рост продаж в этом регионе.

К середине 2014 г. снизилась посещаемость интернет-магазинов одежды и обуви, вызванная в первую очередь с нестабильной экономической ситуацией в стране и постоянными валютными колебаниями. Наблюдается склонность

населения экономить – люди тратят деньги только на товары первой необходимости. При этом в первом полугодии 2014 г. прирост сегмента в online составил 7%, в сравнении с аналогичным периодом 2013 г.

### Рейтинг лидеров по долям от общего объема сегмента «Fashion» (по online-продажам)



В offline торговле произошли перераспределения между ценовыми категориями: просела одежда и обувь в сегменте luxury, выросли категории одежды и обуви в среднем и низком ценовом сегментах. При этом они проигрывают в предоставлении выбора (разнообразие брэндов, моделей, цветовой гаммы и быстрота поиска нужной вещи). Уже в третьем квартале наметился рост рынка в этих категориях, хоть и в гривневом выражении.

Значительно вырос за первое полугодие 2014 г. интерес к товарам, размещенным в объявлениях торговых площадок. Аналитики Prom.ua отметили, что все больше украинцев покупают товары в интернете, отдавая предпочтение отечественным производителям. За первое полугодие 2014 г. количество зарегистрированных покупателей Prom.ua выросло в 1,5 раза, а online заказов было сделано в 3 раза больше, чем за тот же период 2013 г.

Отдельно стоит отметить рост спроса в 2014 году на строительные материалы.

Активно растут продажи товаров, которые относятся к категории «Безопасность и защита» (средства индивидуальной защиты, системы охраны и оповещения и т.д.). Представители Allbiz отмечают интерес потребителей к категориям товаров, обеспечивающим отопление помещения, оружию и обмундированию.



*«Рынок электронной торговли остается фундаментально привлекательным. Есть инвесторы, которые считают, что нужно входить в отрасль, когда «на улице льется кровь». Ведь как только устаканится политическая и экономическая ситуация в стране, будет дальнейший взрывной рост отрасли. Лет так на десять. Мы остаемся очень оптимистичными по поводу сектора, и хоть не вошли в него до 2014 года, текущие уровни создадут новую инвестиционную привлекательность для инвесторов, которые ставят на “growth stories”. Особую инвестиционную привлекательность имеют marketplace, как B2B и B2C, и игроки, доминирующих в ключевых крупных вертикалях, как fashion и билеты. Инфраструктурные и платежные компании находятся на низком уровне, и сами, являясь инвестиционно привлекательными, будут создавать предпосылки для развития всей отрасли в целом. Кстати, даже в 2014 году мы увидели выход иностранных игроков на украинский рынок электронной торговли», - комментирует **Евгений Сысоев**, управляющий партнер AVentures Capital.*

Организаторы Исследования отметили и тенденции развития рынка e-commerce в 2015 г.

Ритм жизни, особенно в мегаполисах, ускоряется. Многие вопросы решаются на ходу. Все чаще покупки совершаются с мобильного телефона. Это требует не просто адаптации интернет-сайтов под мобильные устройства, а создания полноценных мобильных приложений. Это повлечет за собой работу в реализации функции быстрых и надежных мобильных платежей.

В сегментах одежды и мебели уже начали реализовывать шоурумы. Уже сейчас большой популярностью пользуются интернет-магазины, предлагающие видео-обзоры товаров. Это позволяет потребителю лучше рассмотреть цвет товара, увидеть, как вещь сидит по фигуре (в случае с одеждой), увидеть тот или иной прибор в действии (например, смартфон).

*«Сложившаяся ситуация в Украине несет дополнительные трудности всем участникам. Но украинским рынком электронной коммерции, приблизившимся к \$2 млрд., пренебрегать не станут. При этом главными предпосылками для выхода на рынки ключевых игроков и инвесторов всегда были доступность информации и прозрачность данных. И благодаря этой важной научно-исследовательской работе, украинский рынок e-commerce в этом плане становится более открытым»,* - говорит Адриан Хенни, сооснователь и главный редактор East-West Digital News, Ukraine Digital News.