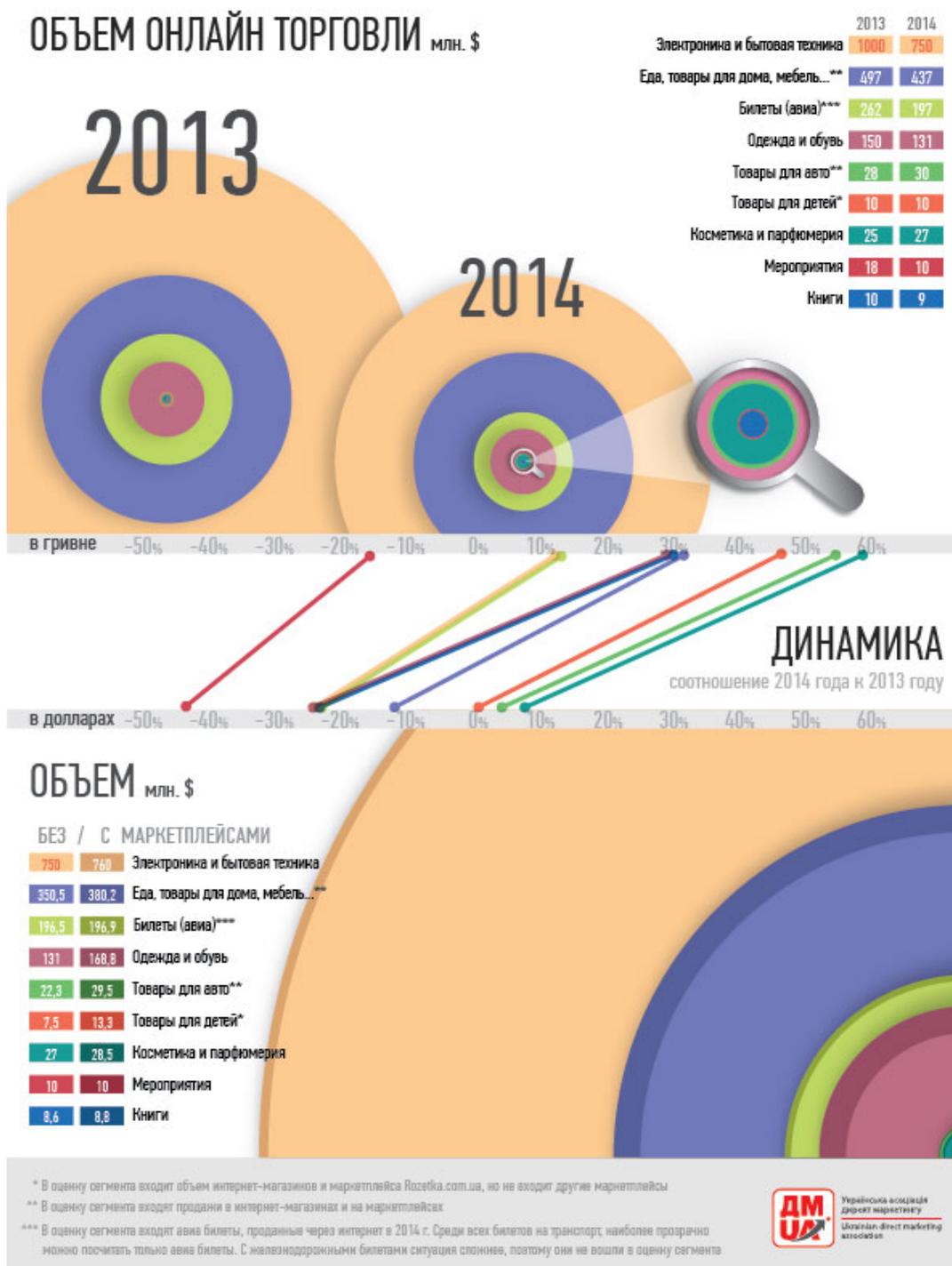


Что произошло с рынком e-commerce Украины за 2014 г. и чего ждать к концу 2015 г.

Украинская ассоциация директ маркетинга (УАДМ) в сотрудничестве с Ukraine Digital News (UADN) и в партнерстве с ведущим венчурным фондом AVentures Capital провели исследование рынка электронной коммерции по результатам 2014 года. По оценке УАДМ общий объем рынка e-commerce по итогам 2014 г. составил \$1,6 млрд.¹ (в объем включены только B2C-продажи новых товаров). В сравнении с 2013 годом рынок электронной коммерции вырос в гривне на 19%, в долларах – упал на 20%. Многие сегменты сократились в валюте из-за сильного падения курса гривны. Фактически рынок e-commerce Украины в денежном выражении вернулся на уровень 2012 года².

График 1. Сравнение сегментов, которые были оценены по итогам 2013 -2014 гг. Динамика роста и падения сегментов, 2014 г.



¹ В расчет взят среднегодовой курс НБУ – 11,87 грн./1 дол.

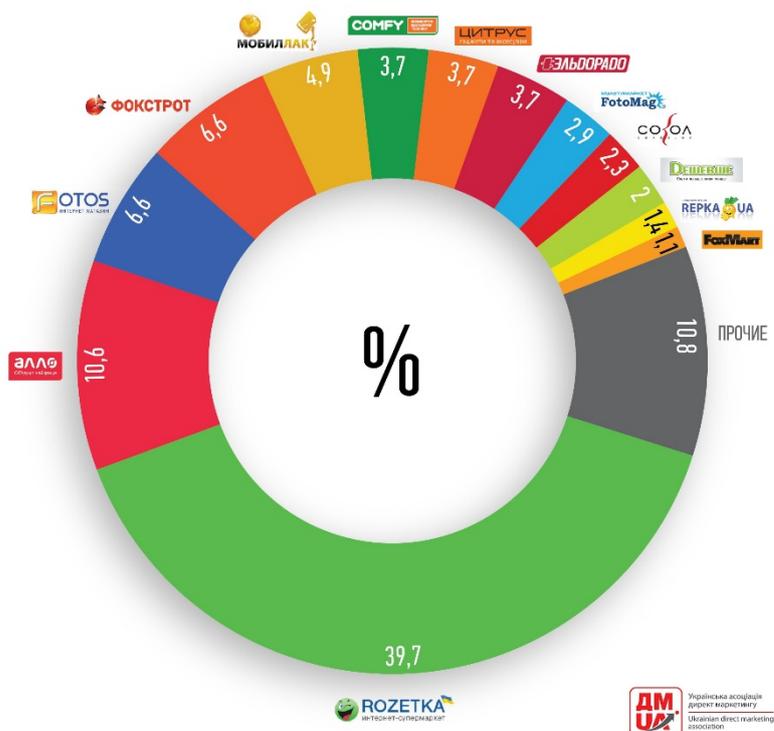
² По данным исследования Morgan Stanley Research, Fintime при поддержке Forbes.ua, Gemius Украина, InMind и ИНАУ объем украинского рынка e-commerce в 2012 году составил \$ 1,6 млрд.

Сегмент «Электроника и бытовая техника» продолжает удерживать лидерство с точки зрения наиболее продаваемых товаров в интернете. По оценке УАДМ объем сегмента по итогам 2014 г. составил \$750 млн. Его падение в 2014 г. относительно 2013 г. в долларах составляет 25%, при этом рост в гривне – 11,3%. Если учитывать электронику и бытовую технику, которая реализуется продавцами через маркетплейсы Prom.ua и All.biz, объем сегмента составил \$760 млн.

В список лидеров сегмента по итогам 2014 г. вошел интернет-магазин, который не был представлен в рейтинге ранее, - Repka.

В сумме 13 лидеров составляют 89,2% от общего объема сегмента.

График 2. Рейтинг лидеров по долям от общего объема сегмента «Электроника и бытовая техника», 2014 г. (по online продажам), %



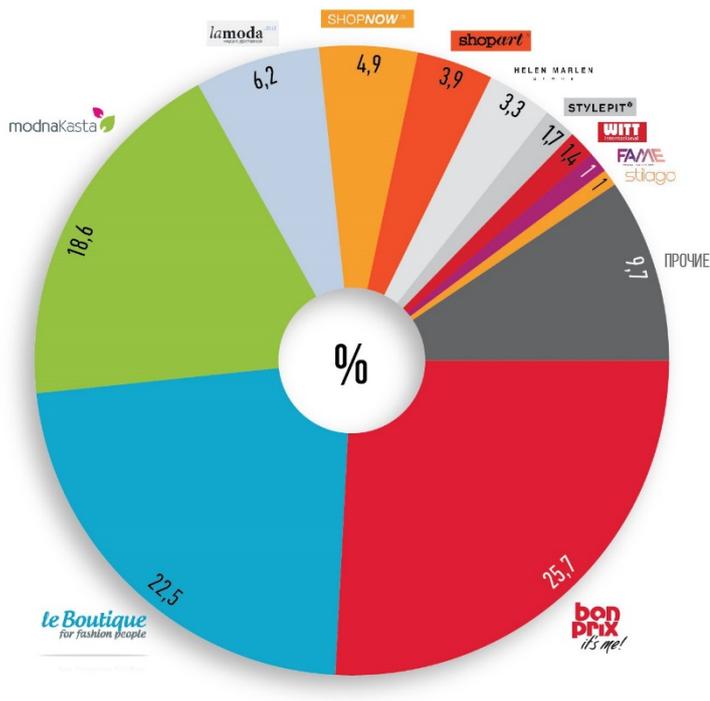
По оценке экспертов рынка, конверсия из посещений в покупки снизилась в 2014 г. относительно 2013 г. в среднем на 30% по сегменту. Средний чек по данной категории товаров вырос в среднем на 80% в гривне.

Еще один наиболее развитый сегмент в online – Fashion (одежда и обувь). По оценке УАДМ объем сегмента по итогам 2014 г. составил \$131 млн. Падение сегмента в 2014 г. относительно 2013 г. в долларах составляет 13%, при этом рост в гривне – 9,6%. С учетом продаж одежды и обуви, которая реализуется продавцами через маркетплейсы Prom.ua и All.biz, объем сегмента составил \$168,8 млн.

В список лидеров сегмента по итогам 2014 г. вошли интернет-магазины, которые не были представлены в рейтинге по 2013 г., - Lamoda и Stilago. Показатели по Shopnow и Shopart в этом году представлены отдельно.

В сумме лидеры составляют 90,3% от общего объема сегмента.

График 3. Рейтинг лидеров по долям от общего объема сегмента Fashion (одежда и обувь), 2014 г. (по online продажам), %



*В 2015 г. интернет-магазин Stilago прекратил работу в Украине

По оценке экспертов рынка, средний чек в данной категории товаров в 2014 г. относительно 2013 г. вырос в среднем на 19,6% в гривне.

По словам Алексея Кавицкого, руководителя интернет-продаж Helen Marlen Group, значительно увеличилась в обороте компания HelenMarlen за счет роста количества заказов. В 2014 г. в компании стали больше внимания уделять ведению и анализу CRM системы. Также значительному росту заказов способствовали активные e-mail рассылки.

По-прежнему перспективным для продаж в online остаются сегменты «Товары для детей» (в гривне сегмент значительно вырос, в долларе – остался на уровне 2013 г.), «Товары для авто» и «Парфюмерия и косметика» (сегменты выросли и в долларе, и в гривне относительно 2013 г.).

По словам Шахина Мусаева, генерального директора Ramrik, компания удерживает лидерство благодаря качественным товарам и хорошему сервису (доля возвратов составляет не более 5%). Также представители компании активно работают не только над привлечением новых, но и над удержанием уже существующих клиентов.

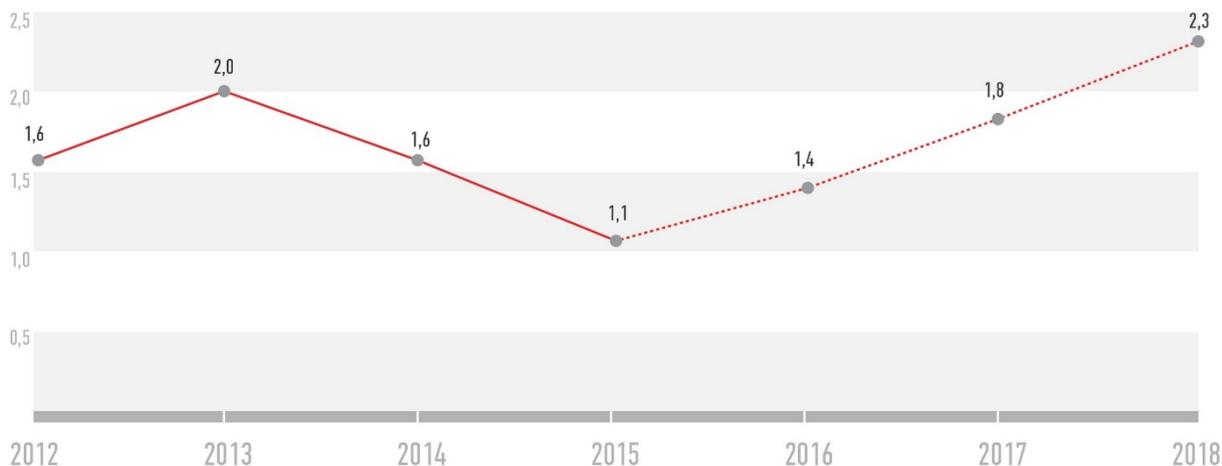
Все большей популярности приобретают продажи строительных материалов через интернет. Большая часть товаров реализуется продавцами через маркетплейс Prom.ua. Активно растут продажи также в интернет-магазине Новой линии.

Основной тенденцией 2014 г. стал переход потребителей от покупки дорогих брендов к более дешевым. По прогнозам данный тренд сохраниться до тех пор, пока в Украине не начнется экономический рост и доход населения не будет расти пропорционально ценам на товары.

Представители рынка не берутся давать какие-либо прогнозы по развитию рынка e-commerce на 2015-2016 гг. Но, если оценить темпы развития основных сегментов за последние годы, и учесть экономическую ситуацию, сложившуюся в стране, то можно сделать предположение, что произойдет с рынком e-commerce Украины к концу 2015 г. *«Безусловно, события на уровне страны и всей экономики за крайние полтора года, наложили свой отпечаток на развитие всех сфер. И электронная коммерция, несмотря на тенденции роста в докризисный период, не осталась без влияния. Мы предполагаем, что при сохранившемся темпе роста среднего чека и количества заказов в основных категориях товаров, рынок электронной коммерции в 2015 году упадет около 45% в долларах относительно прошедшего года, и вырастет в гривне примерно на 25%. При условии стабилизации ситуации, мы ожидаем, что на уровень 2013 года рынок выйдет в середине 2018 года, - комментирует ситуацию Валентин Калашник, Президент УАДМ. Важно понимать, что e-commerce является одной из наиболее перспективных для развития*

отраслей, а многие из категорий товаров в онлайне растут в условиях падения самого рынка», - резюмирует он.

График 4. Прогноз объема рынка e-commerce на 2015-2018 гг., млрд. \$



УАДМ предлагает всем заинтересованным подробный анализ развития e-commerce в сегментах: «Товары для детей», «Еда», «Ювелирные украшения», «Стройматериалы», «Товары для авто», «Парфюмерия и косметика», «Книги», «Товары для спорта», «Билеты (авиа, развлекательные мероприятия)».

А также в полной версии отчета можно ознакомиться с оценкой привлекательности сегментов с точки зрения окупаемости инвестиций, оценкой потенциальных бизнес-моделей инвестирования в сегменты и оценкой потенциального роста основных сегментов рынка e-commerce Украины.

За дополнительной информацией просьба обращаться в УАДМ.

Справка

Украинская ассоциация директ маркетинга (УАДМ) – это бизнес-ассоциация, целью которой является саморегулирование и развитие рынка дистанционной торговли и сервисных сегментов для обеспечения его функционирования: директ-маркетинг, контакт-центров, почтовой логистики, сферы защиты персональных данных и др. На сегодня членами Ассоциации являются 20 компаний. В орбите УАДМ более 1500 специалистов отрасли. Подробнее о деятельности УАДМ на <http://uadm.com.ua>