

ИССЛЕДОВАНИЕ АУДИТОРИИ ОНЛАЙН-ПОКУПАТЕЛЕЙ В РОССИИ

отчет по результатам исследования

Методология исследования

Метод: исследование проведено методом онлайн-интервью (CAWI) на базе онлайн-панелей ГФК и партнеров.

Сроки проведения онлайн-опроса:

Текущая волна 3: с 18 сентября по 04 октября 2015 года

Волна 2: с 3 по 16 сентября 2014 года

Волна 1: с 3 по 16 сентября 2013 года

Целевая группа опроса: онлайн-покупатели в возрасте от 20 до 55 лет

- совершают онлайн-покупки не реже 2 раз в год
- покупали онлайн хотя бы одну из 17 основных категорий товаров за последние 12 месяцев

География: города России с населением от 100 тыс. жителей и больше.

Объем выборки: итоговая база данных включает 2389 полных интервью.

Взвешивание: данные были взвешены согласно статистике распределения онлайн-покупателей, предоставленной клиентом.

Реализованная выборка

| | W2 (2014) | W3 (2015) |
|--------------|-----------|-------------|
| г. Москва | 490 | 459 |
| ЦФО | 373 | 363 |
| СЗФО | 256 | 279 |
| ЮФО+Кавказ | 246 | 275 |
| ПФО | 455 | 446 |
| УФО | 215 | 190 |
| СФО и ДВФО | 379 | 377 |
| ВСЕГО | 2414 | 2389 |

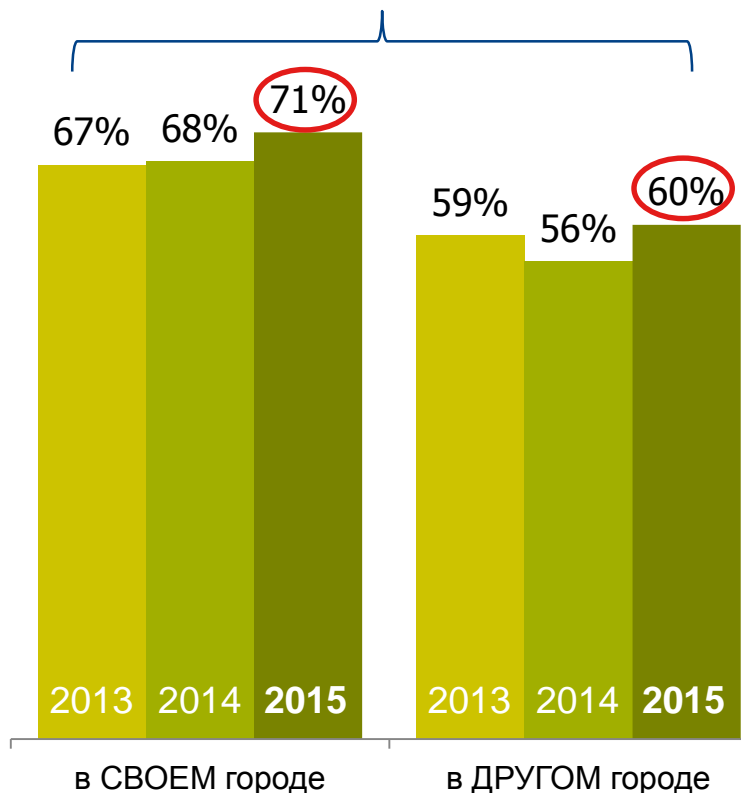
ЗА ГОД УВЕЛИЧИЛАСЬ ДОЛЯ СОВЕРШАВШИХ ОНЛАЙН-ПОКУПКИ ЗА ГРАНИЦЕЙ (РОСТ ОБЕСПЕЧИЛИ КИТАЙСКИЕ ОНЛАЙН-МАГАЗИНЫ)

А3. В каких интернет-магазинах Вы покупали следующие категории товаров?

На каких сайтах Вы делали покупки за последние 12 месяцев?

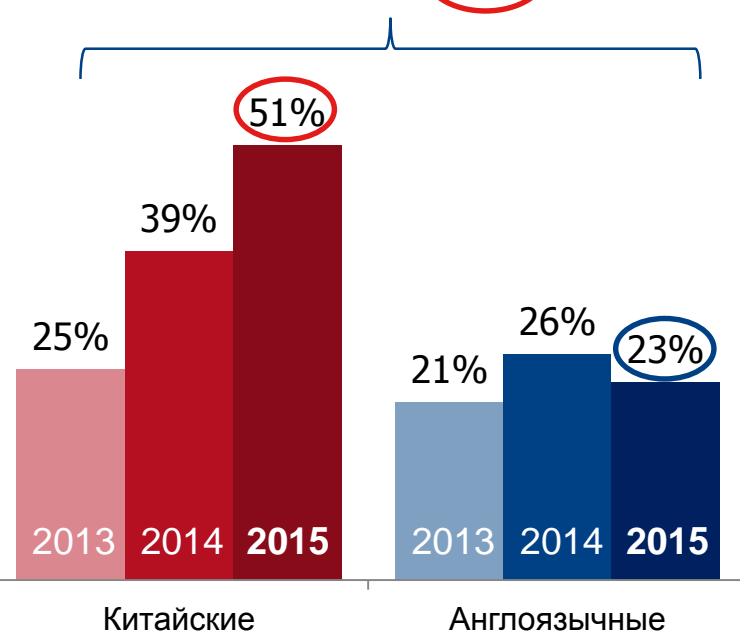
ПОКУПАЛИ В РОССИИ

92% → 93%



ПОКУПАЛИ ЗА РУБЕЖОМ

50% → 58%

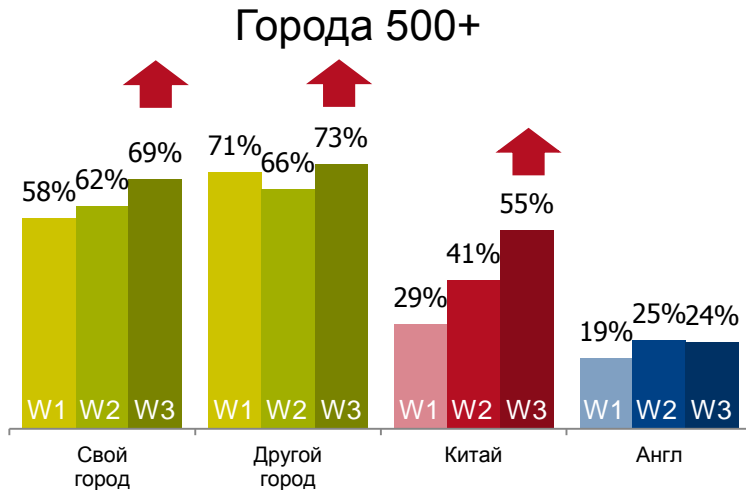
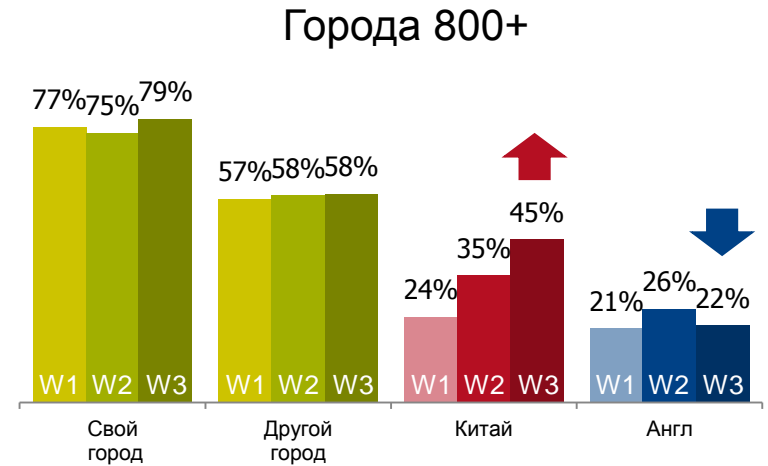
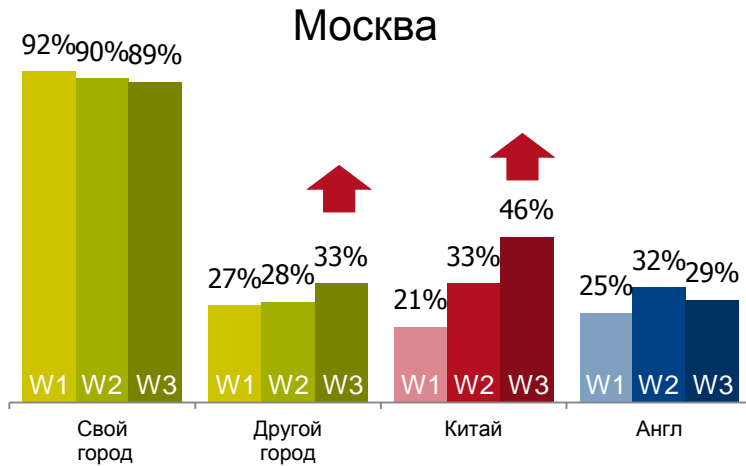


ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЫ

РОСТ ПОКУПОК В ЗАРУБЕЖНЫХ МАГАЗИНАХ В ОСНОВНОМ ПРИХОДИТСЯ НА КИТАЙСКИЙ СЕГМЕНТ

A3. В каких интернет-магазинах Вы покупали следующие категории товаров?

В каких интернет-магазинах покупали товары в разрезе на тип населенного пункта



База: Вся выборка, N=2400

© GfK | Исследование аудитории онлайн-покупателей в России | сентябрь–октябрь 2015

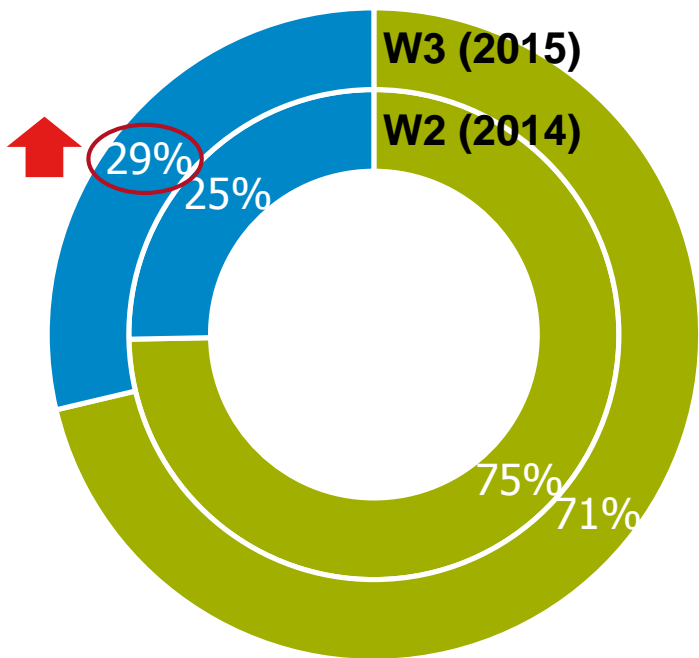
Значимые изменения по сравнению с 2014 г. 4

В КАТЕГОРИИ ОДЕЖДА ПОЧТИ ПОЛОВИНА ПОКУПОК ПРИХОДИТСЯ НА ЗАРУБЕЖНЫЕ ОНЛАЙН-МАГАЗИНЫ

X0. Какая из двух покупок, про которые Вы отвечали раньше, была сделана позже, то есть была последней по времени?

Где сделали последнюю по времени покупку и какую категорию товара купили?

■ Российские онлайн-магазины
 ■ Зарубежные онлайн-магазины



ОСНОВНОЙ МОТИВ ПОКУПКИ ЗА РУБЕЖОМ, А НЕ В РОССИИ — БОЛЕЕ НИЗКАЯ СТОИМОСТЬ ТОВАРА

№19. Укажите основные причины, почему Вы решили купить товар в зарубежном, а не в российском интернет-магазине?



Почему купили товар за рубежом, а не в России?

■ W3 (2015) ■ W2 (2014)



МОТИВЫ ПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНАМИ НЕ ИЗМЕНИЛИСЬ

В5. Распределите причины, по которым Вы пользуетесь российскими интернет-магазинами, по степени важности лично для Вас?

Почему пользуются российскими интернет-магазинами?

W2 (2014)
W3 (2015)



База: Все, кто совершал покупки в российских интернет-магазинах, (N=2213 / N=2228 ; W2 / W3)

© GfK | Исследование аудитории онлайн-покупателей в России | сентябрь–октябрь 2015

Значимо выше по сравнению с 2014 г.

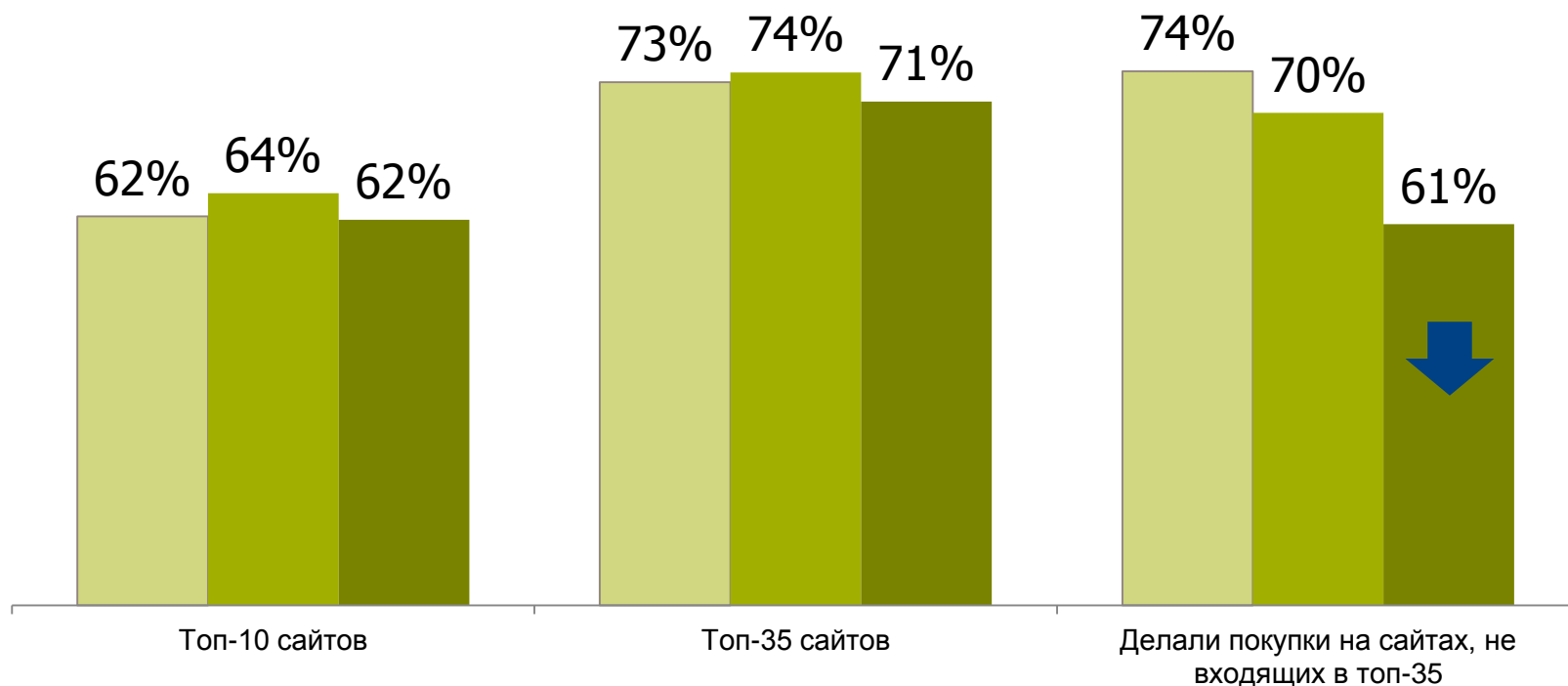
ЗАМЕТНА КОНСОЛИДАЦИЯ РЫНКА ОНЛАЙН-МАГАЗИНОВ (СНИЖАЕТСЯ ДОЛЯ НЕ-ТОПОВЫХ МАГАЗИНОВ)

В1. В каких российских интернет-магазинах Вы совершали покупки за последние 12 месяцев?

В3. Вспомните, делали ли Вы за последние 12 месяцев покупки в каких-то еще российских интернет-магазинах, названия которых Вы сейчас не помните?

На каких сайтах совершали покупки за последние 12 месяцев?

■ W1 (2013) ■ W2 (2014) ■ W3 (2015)



База: Все, кто совершал покупки в российских интернет-магазинах, (N=2284 / 2213 / 2228 ; W1 / W2 / W3)

© GfK | Исследование аудитории онлайн-покупателей в России | сентябрь–октябрь 2015



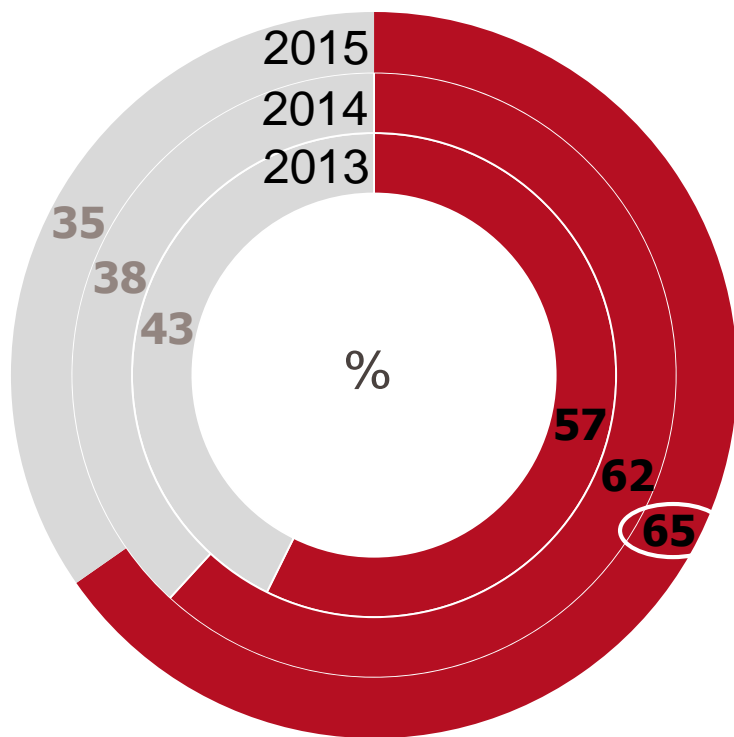
Значимо меньше по сравнению с 2014 г. 8

РАСТЕТ ДОЛЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ, ИМЕЮЩИХ ЛЮБИМЫЙ МАГАЗИН ДЛЯ ОНЛАЙН ПОКУПОК

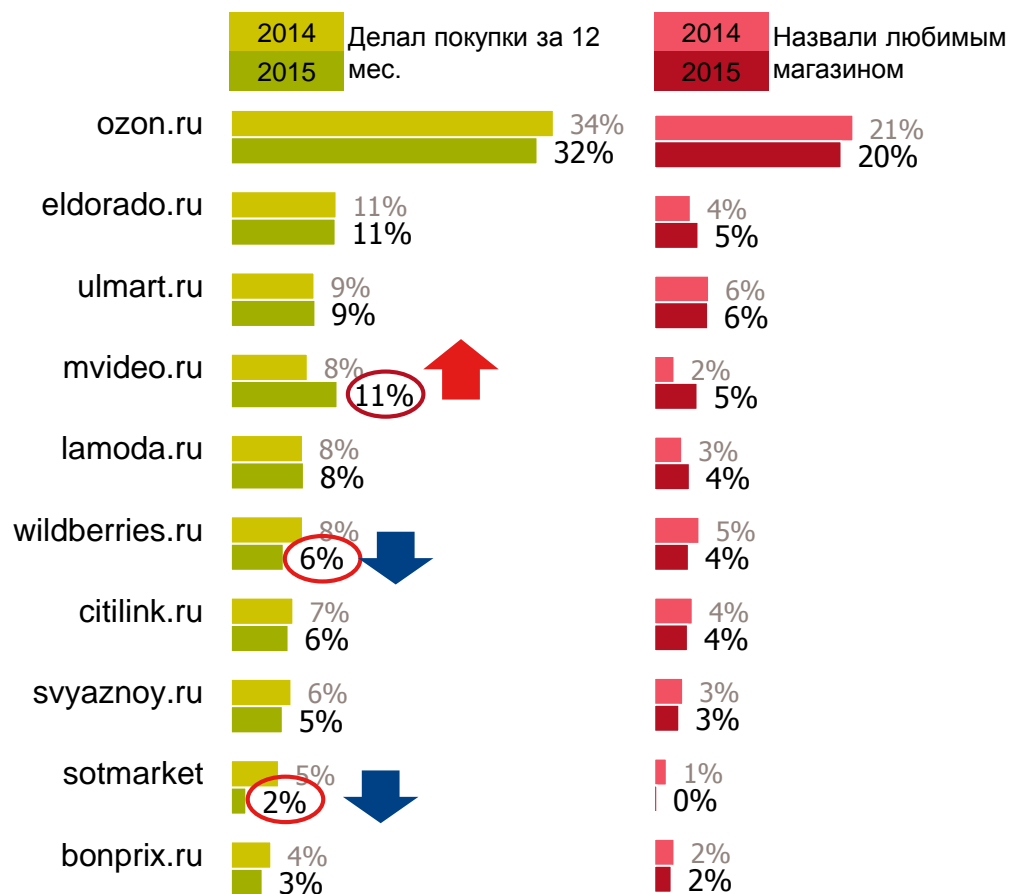
В1. В каких российских интернет-магазинах Вы совершали покупки за последние 12 месяцев?
 В3. Есть ли у Вас любимые российские интернет-магазины?

Наличие любимого онлайн-магазина среди совершавших покупки в российских магазинах

■ Есть любимый магазин ■ Нет любимого магазина



ТОП 10 российских онлайн-магазинов по количеству совершавших покупки



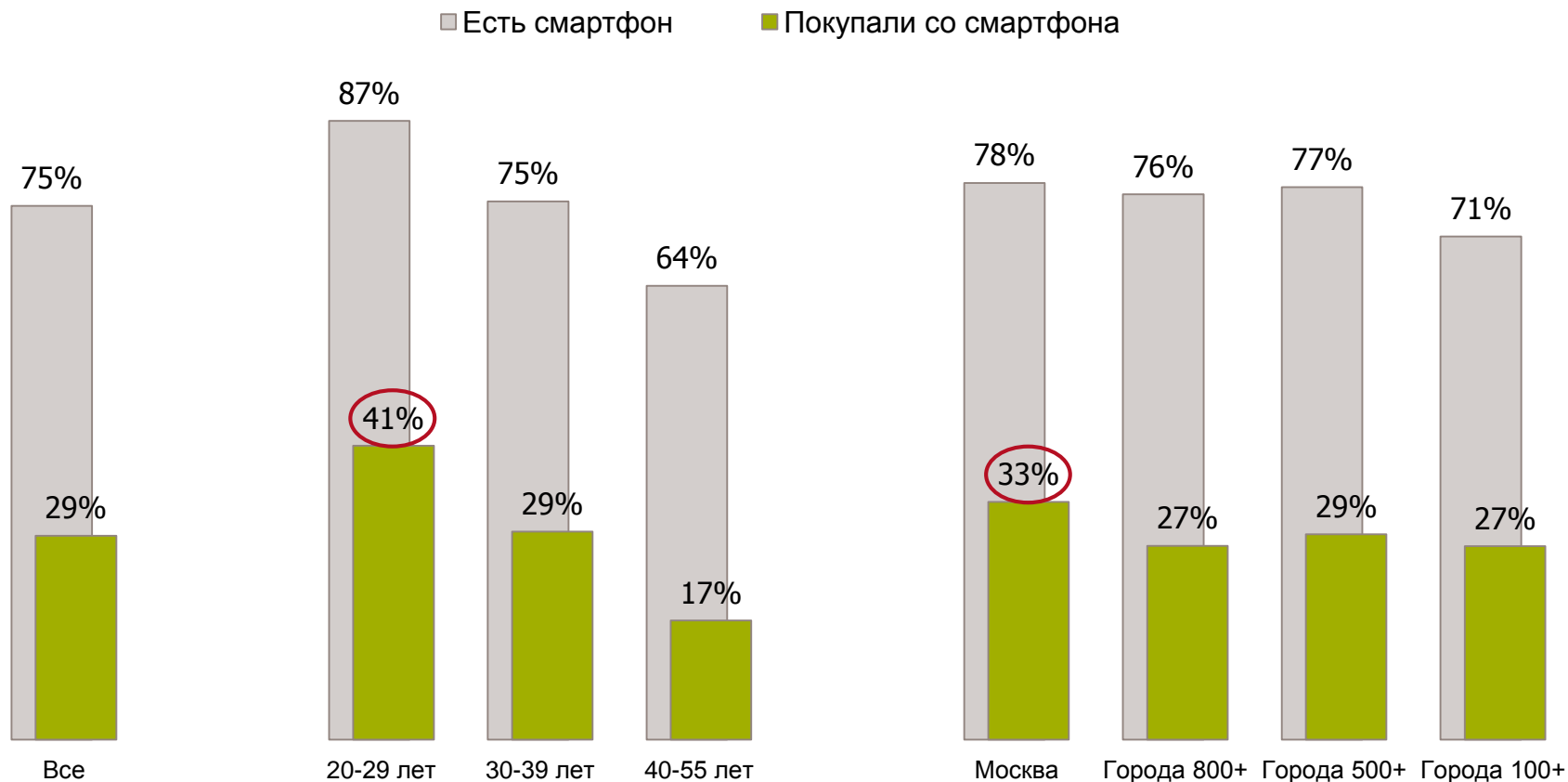
База: Все, кто совершал покупки в российских интернет-магазинах, (N=2213 / N=2228 ; W2 / W3)

ПОКУПКИ СО СМАРТФОНА БОЛЕЕ ХАРАКТЕРНЫ ДЛЯ МОСКВЫ И ДЛЯ МЛАДШЕЙ ВОЗРАСТНОЙ ГРУППЫ

S6. Какими устройствами Вы лично пользуетесь для выхода в интернет?

M1. Приходилось ли Вам когда либо покупать товары в интернете со смартфона (искать, выбирать и оформлять интернет-покупку непосредственно на экране смартфона)?

Сколько людей совершали онлайн-покупки со своего смартфона?

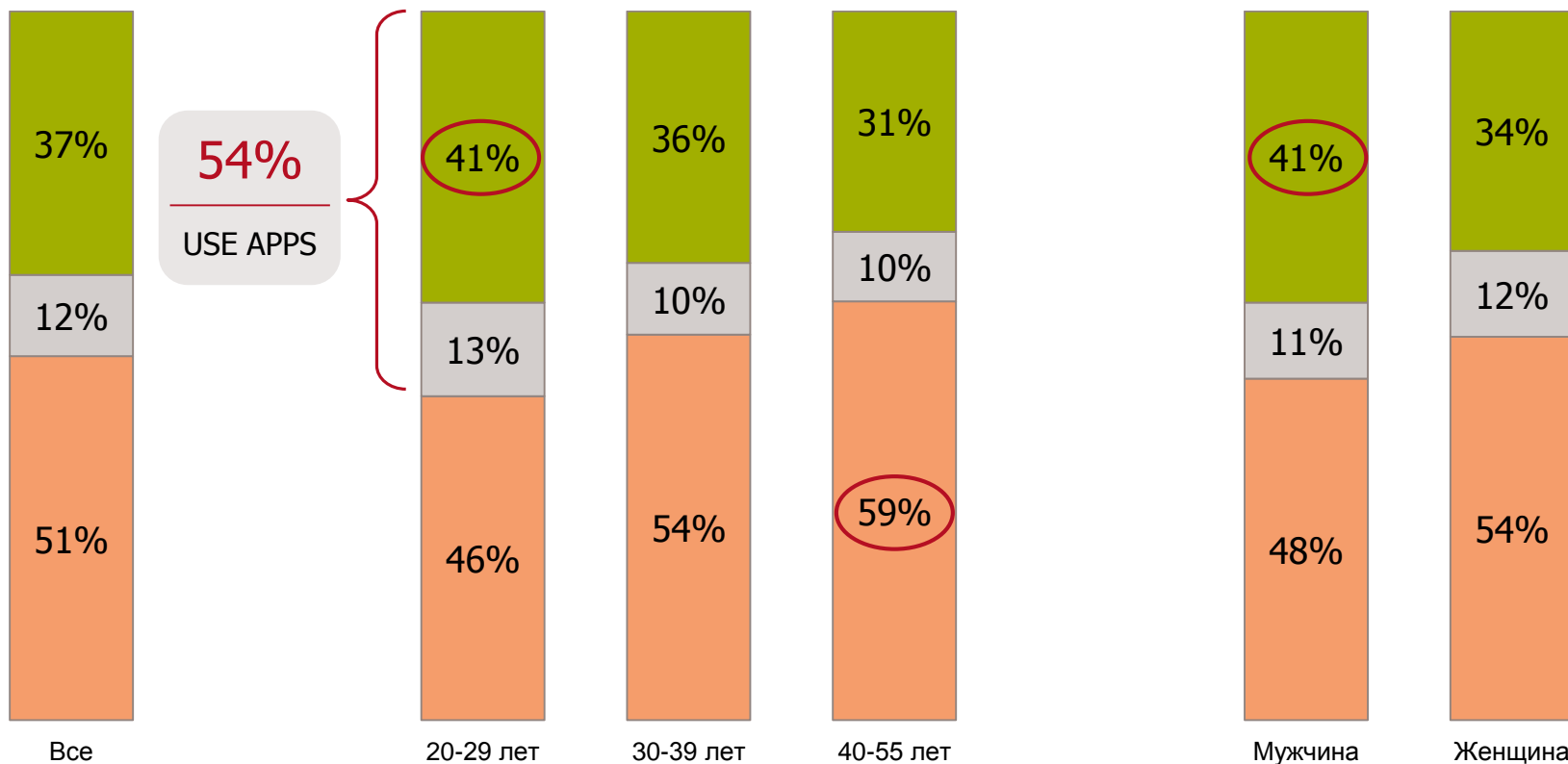


ПРИ ПОКУПКЕ СО СМАРТФОНА БОЛЬШИНСТВО ДЕЛАЮТ ЭТО ЧЕРЕЗ БРАУЗЕР

M2. Каким образом Вы совершали онлайн-покупки со смартфона?

Каким образом совершалась покупка со смартфона?

■ Через сайт интернет-магазина ■ И через сайт и через приложение ■ Через мобильное приложение

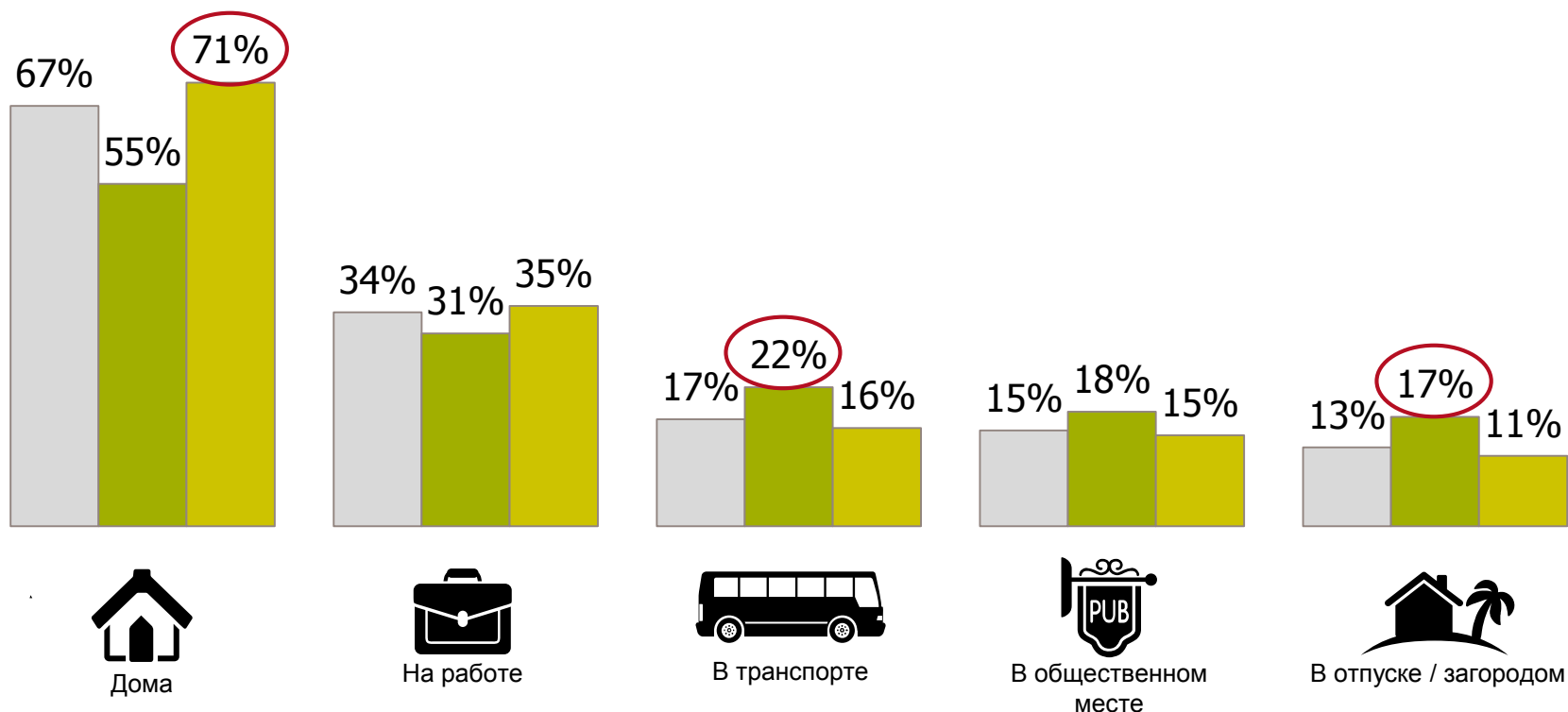


ПОЧТИ ПОЛОВИНА ПОКУПАТЕЛЕЙ СО СМАРТФОНА В МОСКВЕ СОВЕРШАЛИ ПОКУПКУ ВНЕ ДОМА

М3. Где Вы совершали онлайн-покупки со смартфона (то есть где находились в момент оформления заказа со смартфона)?

Где совершалась онлайн-покупка со смартфона? МОСКВА vs. РЕГИОНЫ

■ Все ■ Москва ■ Регионы



База: Совершали покупку со смартфона когда-либо (N = 685 / 153 / 532)

© GfK | Исследование аудитории онлайн-покупателей в России | сентябрь–октябрь 2015

○ Значимые различия между группами

МАЛЕНЬКИЙ ЭКРАН, КОГДА ВСЕ «МЕЛКО» — ОСНОВНОЙ БАРЬЕР ДЛЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СМАРТФОНА ДЛЯ ПОКУПОК

M7. Испытывали ли Вы какие-то трудности и неудобства в процессе выбора и покупки товара в интернете с экрана смартфона. Если да, то какие?

Какие трудности испытывали / ожидаете при покупке с экрана смартфона?

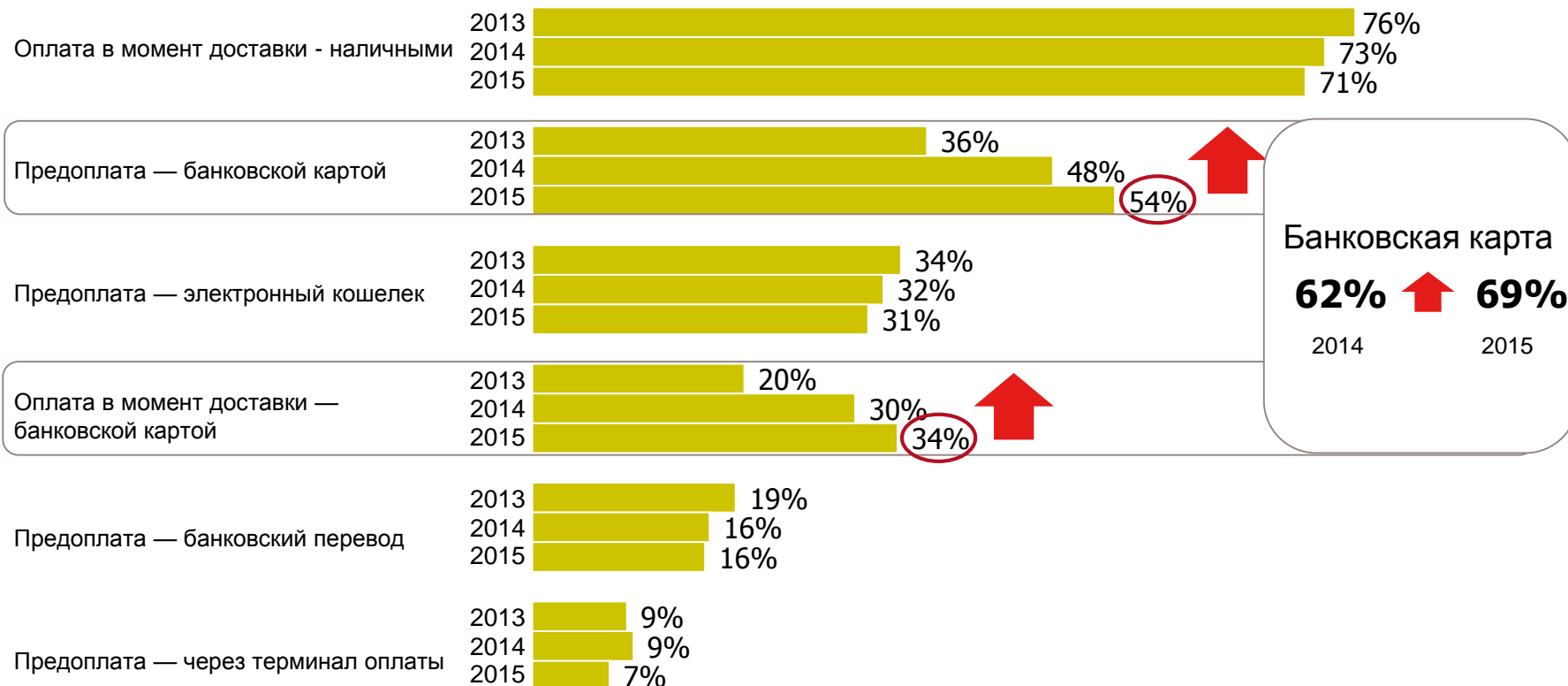
■ Все ■ 20-29 лет ■ 30-39 лет ■ 40-55 лет



ПРЕДПОЧТЕНИЯ НА РЫНКЕ СМЕЩАЮТСЯ В СТОРОНУ ОПЛАТЫ ТОВАРА БАНКОВСКОЙ КАРТОЙ

B17. Отметьте способы оплаты, которыми лично Вы пользовались когда-либо при покупке ТОВАРОВ в российских интернет-магазинах?

Какими способами оплаты Вы пользовались когда-либо?



База: Все, кто совершал покупки в российских интернет-магазинах, (N=2284 / N=2213 / N=2228; W1 / W2 / W3)

© GfK | Исследование аудитории онлайн-покупателей в России | сентябрь–октябрь 2015

Значимые изменения по сравнению с 2014 г.

НАИБОЛЬШЕЕ ЧИСЛО ОТКАЗОВ ОТ ПРЕДОПЛАТЫ СВЯЗАНО С НЕДОВЕРИЕМ НЕИЗВЕСТНЫМ МАГАЗИНАМ

В18. Приходилось ли Вам отказываться от выгодной покупки в российском интернет-магазине из-за того, что в нем обязательно требовалась предоплата?
 В19 По какой причине Вы отказались вносить предоплату в российском интернет-магазине, хотя покупка была выгодной?

■ W1 (2013) ■ W2 (2014) ■ W3 (2015)

Приходилось ли отказываться от выгодной покупки из-за необходимости предоплаты?

Был случай отказа от покупки из-за предоплаты



По какой причине отказывались?

Это был неизвестный интернет-магазин



Не доверяю онлайн-платежам



Была слишком дорогая покупка для предоплаты



Не хотел оставлять данные банковской карты



Я хотел сначала протестировать / померить товар



У интернет-магазина были не очень хорошие отзывы



Срок доставки был слишком длительным



Не было достаточно средств на банковской карте



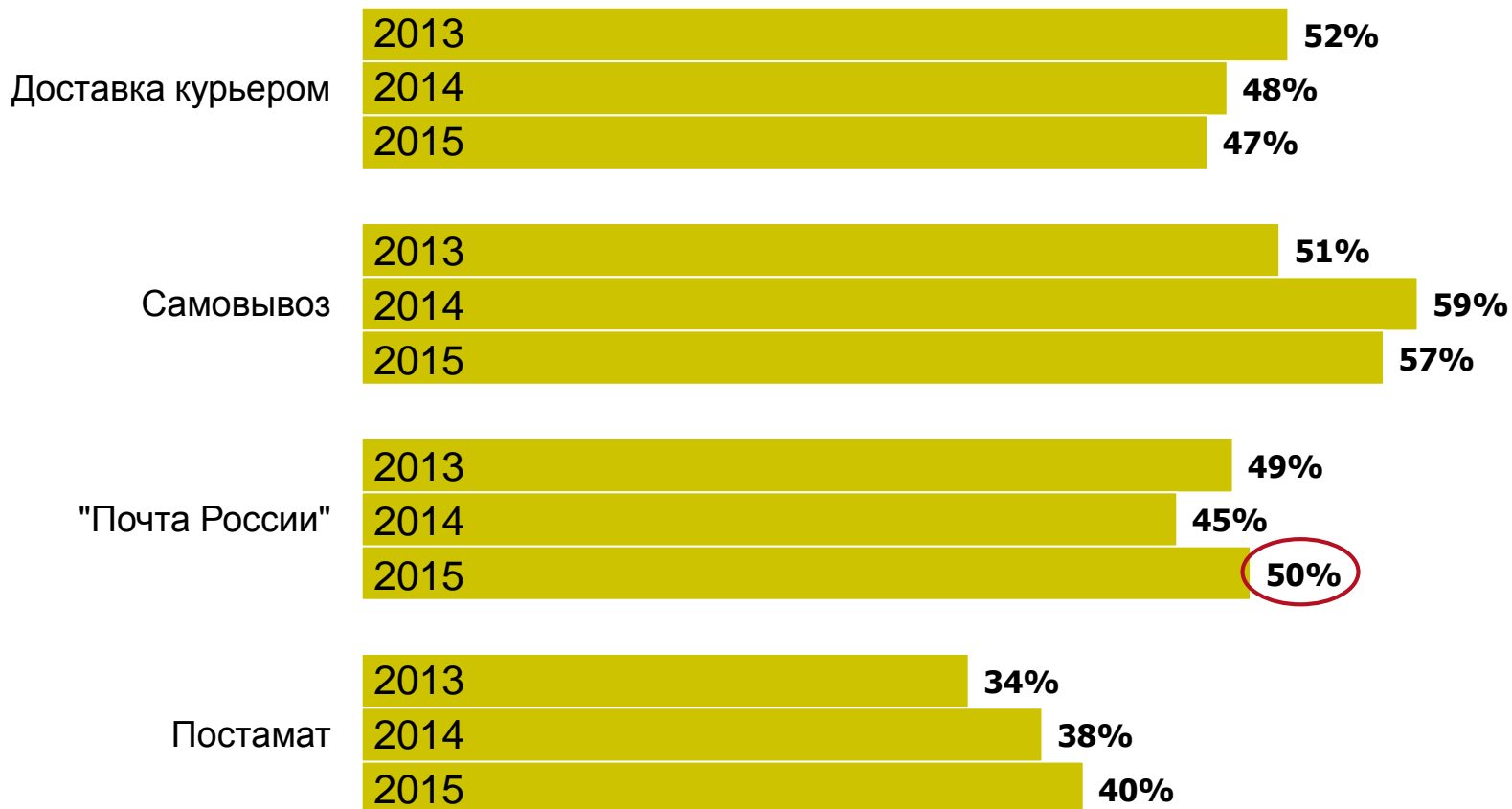
База: Все, кто совершал покупки в российских интернет-магазинах, N=2284 / 2213 / 2228 / все, у кого был случай отказа от покупки N=797 / 798 / 741

ОХВАТ «ПОЧТЫ РОССИИ» ВЫРОС И ВЕРНУЛСЯ НА УРОВЕНЬ 2013 ГОДА. НА 3-Х ЛЕТНЕМ ПЕРИОДЕ ПРОСМАТРИВАЕТСЯ РОСТ ПОПУЛЯРНОСТИ ПОСТАМАТОВ

В7. Какими из перечисленных способов доставки Вы пользовались хотя бы раз за последние 12 месяцев при покупке товаров в российских интернет-магазинах?

Какими способами доставки пользовались при покупках в российских онлайн-магазинах?

Использовали способ доставки

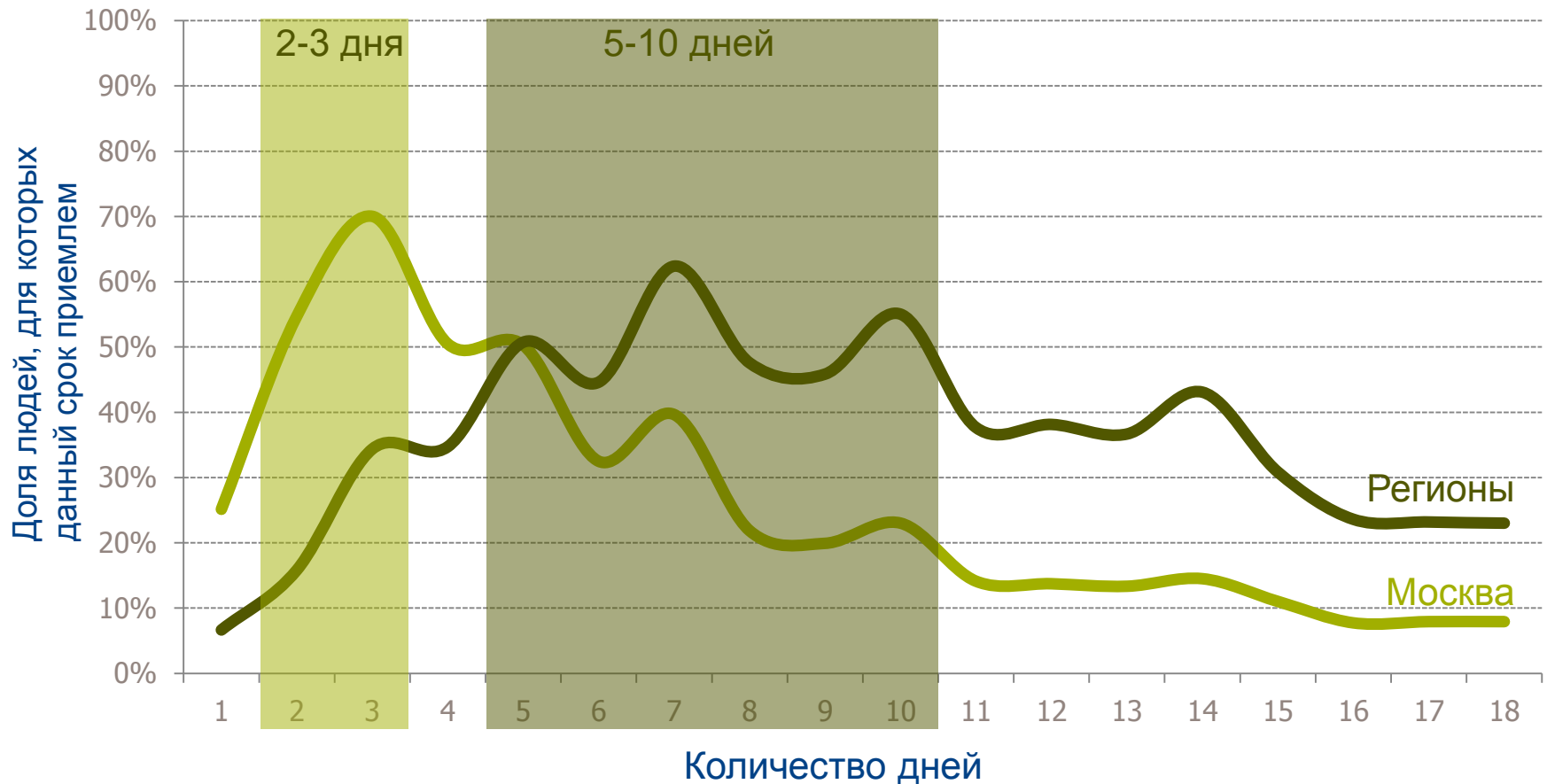


ОПТИМАЛЬНЫЙ СРОК ДОСТАВКИ В МОСКВЕ — ДО 3 ДНЕЙ, В РЕГИОНАХ — 5-10 ДНЕЙ

B20. В какие сроки должен быть доставлен товар из российского интернет-магазина, чтобы Вы сочли это ХОРОШИМ ПРЕДЛОЖЕНИЕМ?

B21. Какие сроки доставки товара из российского интернет-магазина Вы сочли бы ДОЛГИМИ, но при этом Вы ВСЕ ЕЩЕ ГОТОВЫ БЫЛИ ЗАКАЗАТЬ там товар?

Каким должен быть оптимальный срок доставки из российского интернет магазина (при покупке из Москвы и из другого города России)



База: покупали в российских онлайн-магазинах за последние 12 мес. (N=2213)

ОЖИДАЕМЫЙ СРОК ДОСТАВКИ ИЗ ЗАРУБЕЖНОГО ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА СОСТАВЛЯЕТ ОТ 15 ДО 30 ДНЕЙ

F21. В какие сроки должен быть доставлен товар из зарубежного интернет-магазина, чтобы Вы сочли это ХОРОШИМ ПРЕДЛОЖЕНИЕМ?

F22. Какие сроки доставки товара из зарубежного интернет-магазина Вы сочли бы ДОЛГИМИ, но при этом Вы ВСЕ ЕЩЕ ГОТОВЫ БЫЛИ БЫ ЗАКАЗАТЬ ТАМ ТОВАР?

Каким должен быть оптимальный срок доставки из зарубежного интернет-магазина

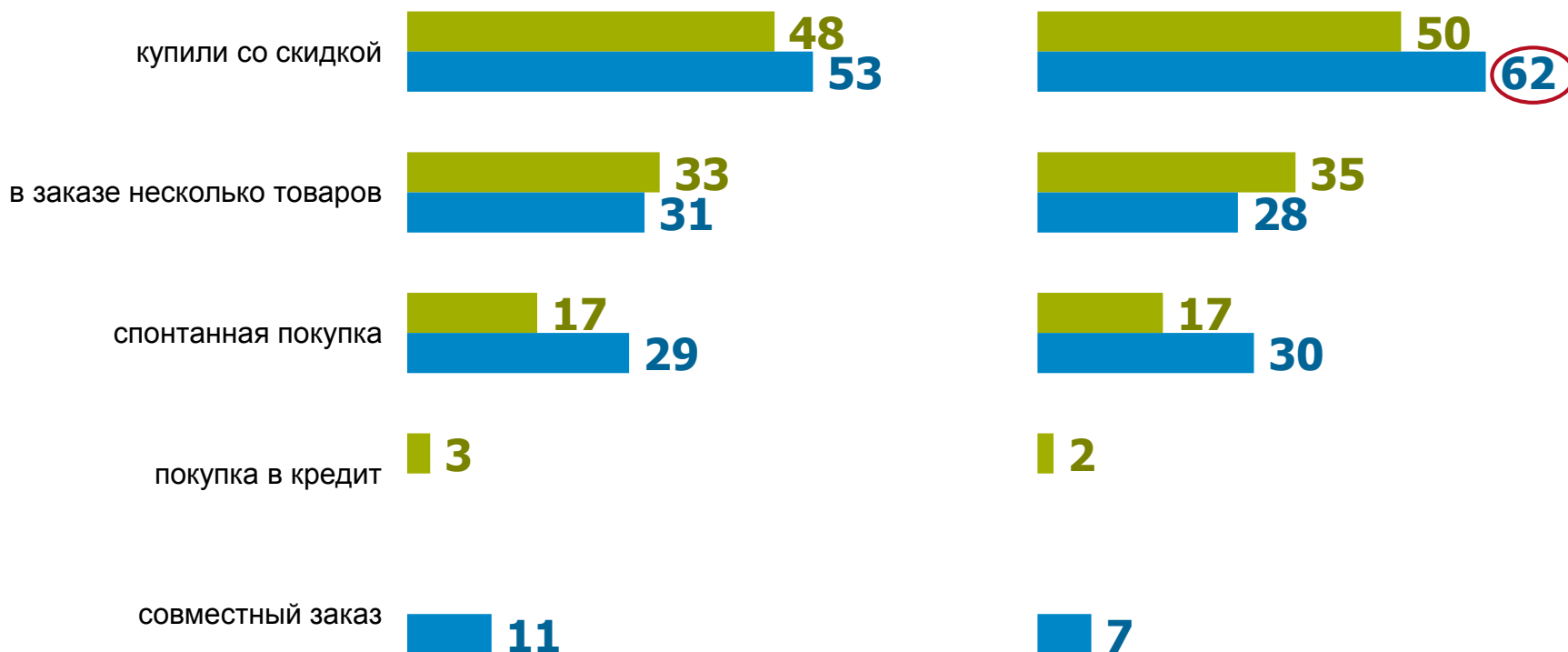


ДОЛЯ СПОНТАННЫХ ПОКУПОК И ПОКУПОК СО СКИДКОЙ ВЫШЕ ПРИ ОНЛАЙН-ПОКУПКАХ ЗА РУБЕЖОМ

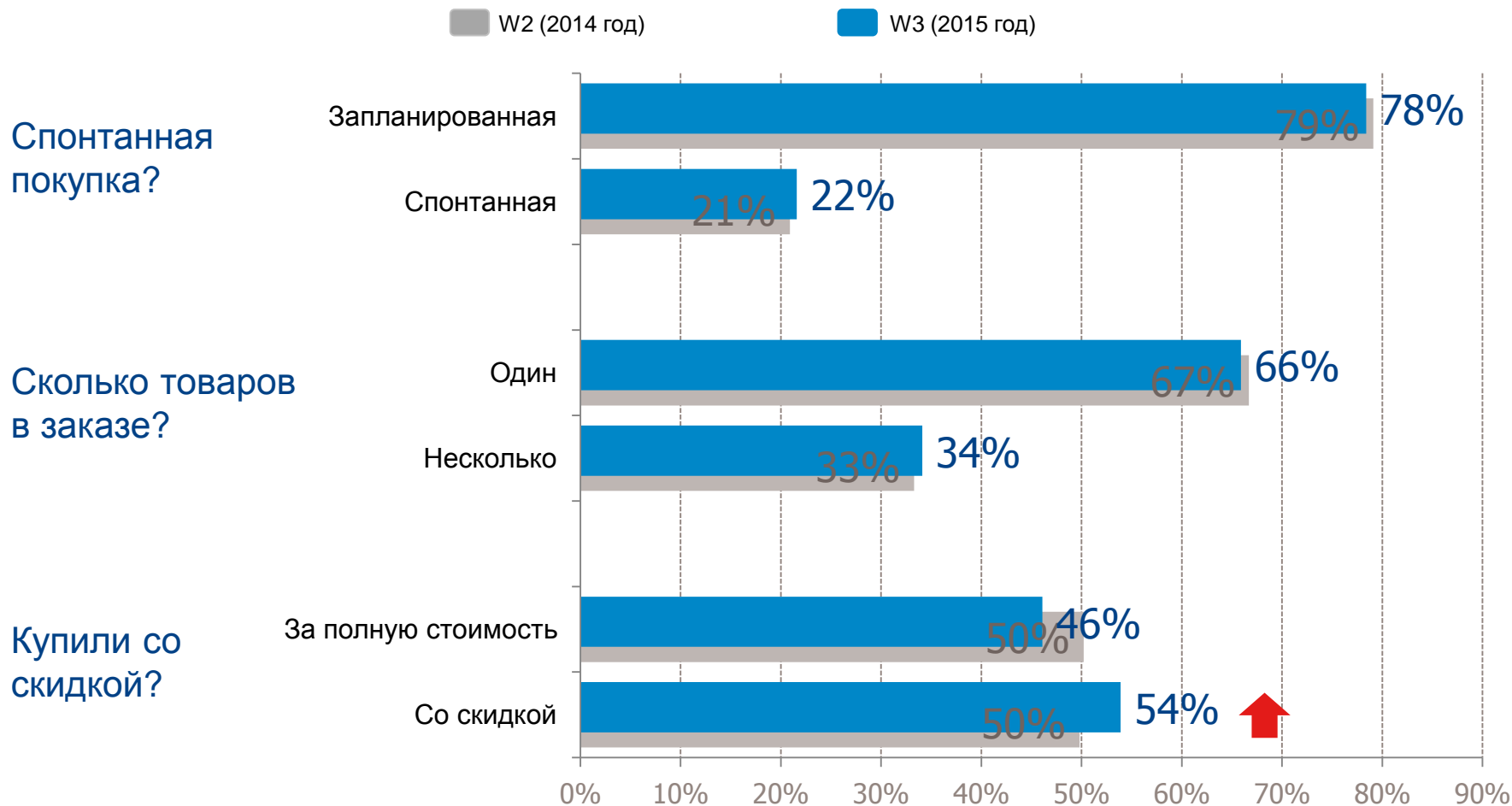
Характеристики последней онлайн-покупки в российском и зарубежном интернет-магазине

(доля среди всех, кто сделал покупку)

Российские онлайн-магазины Зарубежные онлайн-магазины



Характеристики последней по времени покупки



БОЛЬШЕ ВСЕГО СПОНТАННЫХ ПОКУПОК СОВЕРШАЕТСЯ В КАТЕГОРИЯХ ОДЕЖДА, ДЕТСКИЕ ТОВАРЫ, КОСМЕТИКА

А6. Если говорить о незапланированных покупках в интернет магазинах, то какие категории товаров Вам приходилось покупать спонтанно хотя бы раз за последние 12 месяцев в Интернете?

Какие категории товаров покупали спонтанно?



ОСНОВНАЯ ПРИЧИНА СОВЕРШЕНИЯ СПОНТАННОЙ ПОКУПКИ — АКЦИИ ИЛИ НАЛИЧИЕ СКИДКИ НА ТОВАР

A7. Было ли что-то из перечисленного поводом для совершения незапланированной / спонтанной покупки в интернет-магазинах?

Что побудило совершить спонтанную покупку?

