



**Intesco
Research
Group**

РОССИЙСКИЙ РЫНОК ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ 2011 Г.



МОСКВА 2011

СОДЕРЖАНИЕ

ОГЛАВЛЕНИЕ	3
МЕТОДОЛОГИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ.....	6
ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ	8
СПИСОК ГРАФИКОВ, ДИАГРАММ И ТАБЛИЦ И СХЕМ	13
ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ INTESCO RESEARCH GROUP	20

ОГЛАВЛЕНИЕ

МЕТОДОЛОГИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

СПИСОК ГРАФИКОВ, ДИАГРАММ, ТАБЛИЦ И СХЕМ

1. ОБЗОР РОССИЙСКОГО РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ

2. ПАРАМЕТРЫ РОССИЙСКИХ ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

2.1. Сегментация российской интернет-аудитории по полу и возрасту

Россия

Москва

2.2. Сегментация интернет-аудитории по видам занятости

Россия

Москва

3. СТРУКТУРА РОССИЙСКОГО РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ

4. ОБЗОР РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ БЫТОВОЙ ТЕХНИКОЙ И ЭЛЕКТРОНИКОЙ

4.1. Обзор рынка

4.2. Анализ спроса

Цифровая техника

Компьютерная техника

Мобильная связь

Бытовая техника

4.3. Анализ конкурентной среды

4.4. Особенности поведения потребителей рынка

5. ОБЗОР РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ ОДЕЖДОЙ И ОБУВЬЮ

5.1. Обзор рынка

5.2. Анализ спроса

Одежда

Нижнее белье и колготки

Обувь

5.3. Анализ конкурентной среды

5.4. Особенности поведения потребителей рынка

6. ОБЗОР РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ МЕБЕЛЬЮ И ПРЕДМЕТАМИ ИНТЕРЬЕРА

6.1. Обзор рынка

6.2. Анализ спроса

Мебель

Предметы интерьера

6.3. Анализ конкурентной среды

6.4. Особенности поведения потребителей рынка

7. ОБЗОР РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ КНИГАМИ, СУВЕНИРАМИ И ЦВЕТАМИ

7.1. Обзор рынка

7.2. Анализ спроса

Книги

Сувениры

Цветы

7.3. Анализ конкурентной среды

7.4. Особенности поведения потребителей

8. ОБЗОР РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ ДЕТСКИМИ ТОВАРАМИ

8.1. Обзор рынка

8.2. Анализ спроса

8.3. Анализ конкурентной среды

8.4. Особенности поведения потребителей

9. ОБЗОР РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ ПРОДУКТАМИ ПИТАНИЯ

9.1. Обзор рынка

9.2. Анализ спроса

9.3. Анализ конкурентной среды

9.4. Особенности поведения потребителей

10. ОБЗОР РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ КОСМЕТИКОЙ, ПАРФЮМЕРИЕЙ И МЕДИКАМЕНТАМИ

10.1. Обзор рынка

10.2. Анализ спроса

Косметика

Парфюмерия

Медикаменты

10.3. Анализ конкурентной среды

10.4. Особенности поведения потребителей

11. ОБЗОР РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ ТУРИСТИЧЕСКИМИ УСЛУГАМИ

11.1. Анализ спроса

11.2. Анализ конкурентной среды

12. ОБЗОР РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ БИЛЕТАМИ

12.1. Анализ спроса

Авиа и ж/д билеты

Билеты на развлекательные мероприятия

12.2. Анализ конкурентной среды

13. ОБЗОР РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ УСЛУГАМИ ПО ДОСТАВКЕ ЕДЫ

13.1. Анализ спроса

13.2. Анализ конкурентной среды

14. МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ В РОССИИ

15. ПРЕИМУЩЕСТВА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ В РОССИИ

16. ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ

ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ INTESCO RESEARCH GROUP

МЕТОДОЛОГИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Объект исследования:

Объект исследования:

РЫНОК ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ

Цель исследования:

ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ РЫНКА И ПРОГНОЗ ЕГО РАЗВИТИЯ НА 2011-2015 ГГ.

Регион исследования:

РОССИЯ

РЕГИОНЫ РФ

Основные блоки исследования:

ОБЗОР РОССИЙСКОГО РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ

ПАРАМЕТРЫ РОССИЙСКИХ ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

СТРУКТУРА РОССИЙСКОГО РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ

ОБЗОР РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ БЫТОВОЙ ТЕХНИКОЙ И
ЭЛЕКТРОНИКОЙ

ОБЗОР РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ ОДЕЖДОЙ И ОБУВЬЮ

ОБЗОР РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ МЕБЕЛЬЮ И ПРЕДМЕТАМИ
ИНТЕРЬЕРА

ОБЗОР РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ КНИГАМИ, СУВЕНИРАМИ И
ЦВЕТАМИ

ОБЗОР РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ ДЕТСКИМИ ТОВАРАМИ

ОБЗОР РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ ПРОДУКТАМИ ПИТАНИЯ

ОБЗОР РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ КОСМЕТИКОЙ, ПАРФЮМЕРИЕЙ И
МЕДИКАМЕНТАМИ

ОБЗОР РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ ТУРИСТИЧЕСКИМИ УСЛУГАМИ

ОБЗОР РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ БИЛЕТАМИ

ОБЗОР РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ УСЛУГАМИ ПО ДОСТАВКЕ ЕДЫ

ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ

Рынок сегментирован по:

ПО ВИДАМ ТОВАРОВ И УСЛУГ

Источники информации, используемые в исследовании:

Федеральная служба государственной статистики

Министерство экономического развития

Оценки экспертов отрасли

Материалы основных игроков отрасли

Отраслевые печатные и электронные издания

Основные инструменты веб-аналитики

В исследовании приводится 34 графика, 67 диаграмм, 3 таблицы и 1 схема.

ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

ГЛАВА 2

ПАРАМЕТРЫ РОССИЙСКИХ ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

В декабре 2010 года российская интернет-аудитория распределилась примерно поровну между представителями обоих полов. Доля женщин по-прежнему составляет несколько меньше мужчин (***%), однако можно говорить о постепенном выравнивании показателей представления каждого из сегментов на просторах Рунета. Для сравнения, год назад, в декабре 2009 года, доля мужчин составляла ****%, а женщин – ***%.

В декабре 2010 года почти ***% всех мужчин России и ***% всех россиянок пользовались

доступом в интернет, что свидетельствует о стремительном росте активности в каждом из

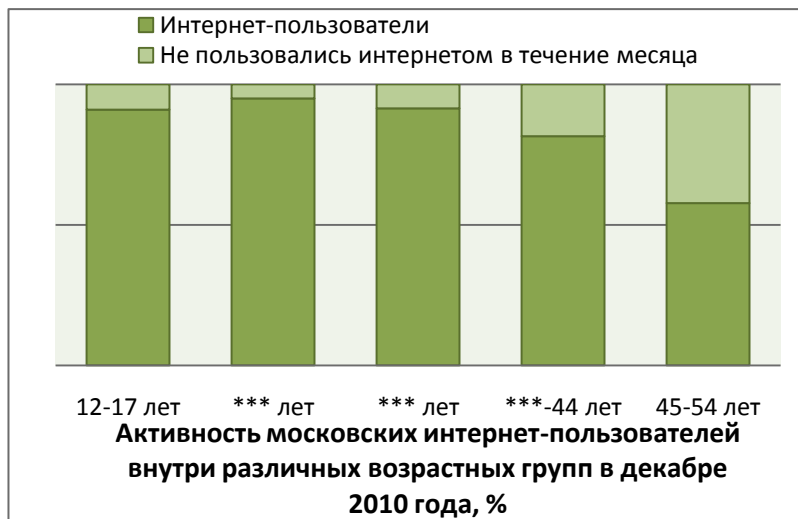


сегментов. За год до этого, в декабре 2010 года, аналогичный показатель для женщин составлял ***%, для мужчин – не более ***%.

Крупнейшей возрастной группой интернет-пользователей в России являются граждане от 25 до 34 лет (***%). Доли в ***% занимают россияне в возрасте от *** до *** и от *** до 44 лет. Наименее многочисленной

является группа подростков младше 18 лет. Молодые люди от 18 до *** лет представили ***% всей отечественной месячной интернет-аудитории в декабре 2010 года.

Наиболее активный сегмент среди возрастных групп интернет-пользователей Москвы – пользователи от *** до *** лет (студенты и молодые специалисты). На долю тех, кто является активным интернет-пользователем внутри этой группы, приходится ***% всех молодых пользователей. Высокая активность наблюдается также для молодежи младше 18 лет и для москвичей от *** до *** лет. Наименее активный сегмент представлен пользователями старше 45 лет, однако и для этой категории пользователей уровень активности достаточно высок. Для сравнения по России уровень проникновения интернета среди людей старше 45 лет составляет не более ***%.



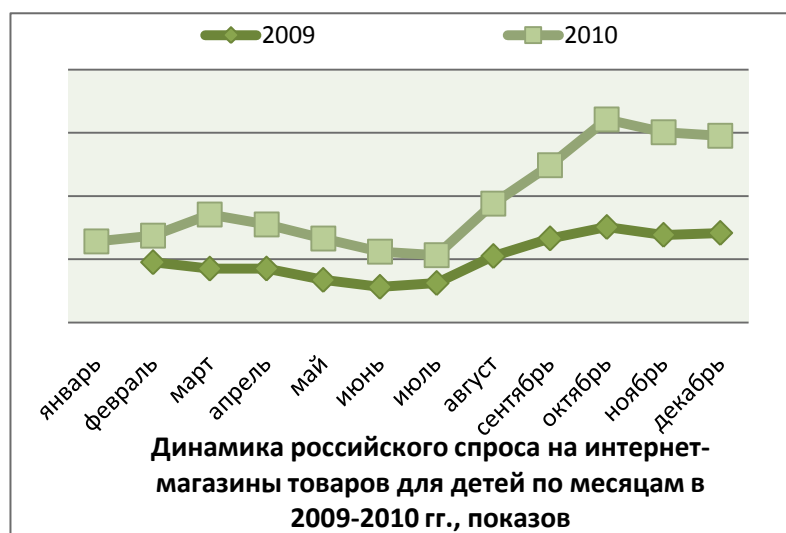
ГЛАВА 8

ОБЗОР РЫНКА ИНТЕРНЕТ-
ТОРГОВЛИ ДЕТСКИМИ
ТОВАРАМИ

Развитие интернет-торговли на фоне роста рынка детских товаров привело к тому, что спрос на детские интернет-магазины в 2010 году стремительно вырос: темп роста составил более ****%. Годовое число запросов составило почти *** млн. в год по всему Рунету.

Среди детских товаров наибольшим спросом пользуется детская одежда:

доля данной категории среди прочих составляет около ***%. Что характерно, многие интернет-магазины детской одежды пользователи ищут уже по знакомым им названиям магазинов. ***% всего спроса приходится на обувь для детей. Тройку крупнейших сегментов замыкают игрушки – около ***% запросов по детским товарам приходится на этот сегмент.



Основной аудиторией потребителей, заинтересованных в интернет-магазинах товаров для детей, являются женщины: молодые мамы от *** до *** лет. Доля их представленности в этом сегменте интернет-торговли особенно высока: более ****% всего спроса. Около ****% всей аудитории приходится на мужчин этой же возрастной группы. Активность других половозрастных групп не велика и не превышает ****%.

ГЛАВА 10

ОБЗОР РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ КОСМЕТИКОЙ, ПАРФЮМЕРИЕЙ И МЕДИКАМЕНТАМИ

Почти половина российских интернет-пользователей осуществляет поиск интернет-аптек по территориальному признаку. Для таких соискателей главным параметром запроса является размещение склада интернет-магазина лекарственных препаратов в их городе: как в крупном (Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург), так и в небольшом (Зеленоград, Озерки).

Более ***% всех пользователей ищут аптеку в сети

по уже знакомому названию, что говорит о высокой степени лояльности клиентов в этом сегменте интернет-торговли. Не более ***% пользователей Рунета при поиске аптеки используют название конкретного лекарственного препарата. Около ***% всех спроса нацелено на поиск специализированных интернет-аптек: ветеринарных аптек, детских аптек, гомеопатических, фитоаптек.



Три четверти всего поискового российского спроса на интернет-аптеки формируются за счет пользователей, живущих в пяти крупнейших субъектах РФ: в Москве (***%), Красноярском крае (***%), Свердловской области (***%), Челябинской области (***%) и Санкт-Петербурге (***%).

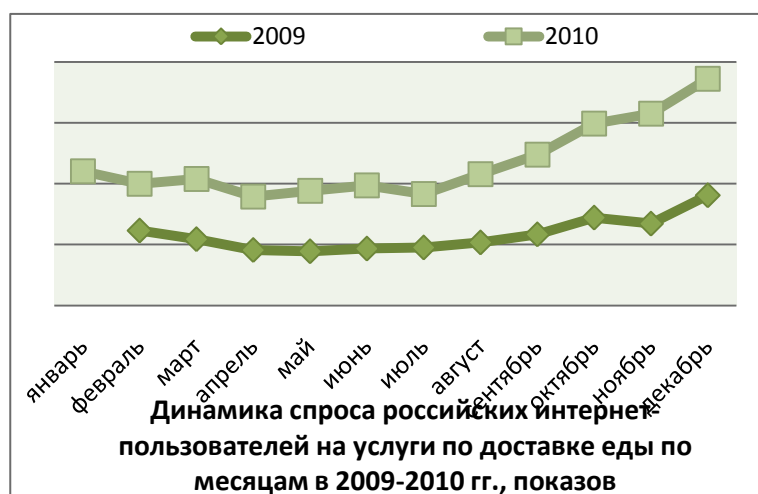
ГЛАВА 13

ОБЗОР РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ УСЛУГАМИ ПО ДОСТАВКЕ ЕДЫ

В России стремительно развивается культура заказа готовой еды через интернет. Рост спроса на данную услугу в сети приходится на вторую половину года и достигает своего максимума в декабре. В 2010 году число поисковых интересов к данному сегменту со стороны потребителей выросло не менее чем в 2 раза.

Два наиболее крупных сегмента на интернет-рынке услуг по доставке еды занимают доставка пиццы и доставка суши (**% и **% соответственно). Около **% приходится на доставку еды и готовых обедов, преимущественно в офисы.

Потенциальные клиенты службы доставки еды это молодые люди и девушки от 18 до ** лет. Эти группы формируют более **% всего поискового спроса на услугу по доставке пиццы.



При этом группа пользователей, заинтересованная в таких услугах, наполовину представлена мужчинами и наполовину — женщинами.

Суши также заказывают молодые люди и девушки от 18 до ** лет, однако среди потребителей преобладает женская аудитория: **% женщин против **% мужчин.

СПИСОК ГРАФИКОВ, ДИАГРАММ И ТАБЛИЦ И СХЕМ

МЕТОДОЛОГИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

СПИСОК ГРАФИКОВ, ДИАГРАММ, ТАБЛИЦ И СХЕМ

1. ОБЗОР РОССИЙСКОГО РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ

График 1. Динамика суточной аудитории сектора товаров и услуг в Рунете в 2008-2010 гг., млн. чел.

График 2. Динамика российского спроса на интернет-магазины по месяцам в 2009-2010 гг., показов

Диаграмма 1. Региональная структура запросов словосочетания "интернет-магазин" в декабре 2010 года, %

Диаграмма 2. Доля интернет-пользователей, совершивших покупку через интернет в 2010 году, %

Диаграмма 3. Сегментация товаров и услуг, приобретаемых в сети, по стоимости в 2008-2010 гг., %

Диаграмма 4. Сегментация покупок, совершаемых в сети, по методам оплаты в 2008-2010 гг., %

2. ПАРАМЕТРЫ РОССИЙСКИХ ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

Диаграмма 5. Структура распределения российских пользователей интернета по полу в декабре 2010 года, %

Диаграмма 6. Доли интернет-пользователей в населении России в зависимости от пола в декабре 2010 года, %

Диаграмма 7. Сегментация интернет-аудитории России по возрасту в декабре 2010 года, %

Диаграмма 8. Активность российских интернет-пользователей внутри различных возрастных групп в декабре 2010 года, %

Диаграмма 9. Структура распределения московских пользователей интернета по полу в декабре 2010 года, %

Диаграмма 10. Доли интернет-пользователей в населении Москвы в зависимости от пола в декабре 2010 года, %

Диаграмма 11. Сегментация интернет-аудитории Москвы по возрасту в декабре 2010 года, %

Диаграмма 12. Активность московских интернет-пользователей внутри различных возрастных групп в декабре 2010 года, %

Диаграмма 13. Структура интернет-аудитории России по видам занятости в декабре 2010 года, %

Диаграмма 14. Доли интернет-пользователей России в отдельных видах занятости в декабре 2010 года, %

Диаграмма 15. Структура интернет-аудитории Москвы по видам занятости в декабре 2010 года, %

Диаграмма 16. Доли интернет-пользователей Москвы в отдельных видах занятости в декабре 2010 года, %

3. СТРУКТУРА РОССИЙСКОГО РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ

Схема 1. Структура российского рынка интернет-торговли

График 3. Товары, приобретаемые пользователями в интернет-магазинах в 2010 году, %

4. ОБЗОР РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ БЫТОВОЙ ТЕХНИКОЙ И ЭЛЕКТРОНИКОЙ

График 4. Динамика российского спроса на интернет-магазины фотоаппаратов по месяцам в 2009-2010 гг., показов

График 5. Динамика российского спроса на интернет-магазины видеокамер по месяцам в 2009-2010 гг., показов

График 6. Динамика российского спроса на интернет-магазины телевизоров по месяцам в 2009-2010 гг., показов

Диаграмма 17. Распределение спроса российских интернет-пользователей на фотоаппараты по полу и возрасту в 2010 году, %

Диаграмма 18. Распределение спроса российских интернет-пользователей на видеокамеры по полу и возрасту в 2010 году, %

Диаграмма 19. Распределение спроса российских интернет-пользователей на телевизоры по полу и возрасту в 2010 году, %

График 7. Динамика российского спроса на интернет-магазины компьютеров и ноутбуков (в целом) по месяцам в 2009-2010 гг., показов

Диаграмма 20. Структура спроса российских пользователей на специализированные интернет-магазины компьютеров и ноутбуков по регионам в январе 2011 года, %

Диаграмма 21. Распределение спроса российских интернет-пользователей на компьютеры по полу и возрасту в 2010 году, %

Диаграмма 22. Распределение спроса российских интернет-пользователей на ноутбуки по полу и возрасту в 2010 году, %

График 8. Динамика российского спроса на интернет-магазины телефонов по месяцам в 2009-2010 гг., показов

Диаграмма 23. Структура спроса российских пользователей на интернет-магазины телефонов по регионам в январе 2011 года, %

Диаграмма 24. Распределение российского спроса на интернет-магазины сотовых телефонов по полу и возрасту в 2010 году, %

График 9. Динамика российского спроса на интернет-магазины бытовой техники по месяцам в 2009-2010 гг., показов

График 10. Динамика спроса российских интернет-пользователей на кондиционеры по месяцам в 2009-2010 гг., показов

График 11. Динамика российского спроса на интернет-магазины холодильников по месяцам в 2009-2010 гг., показов

Диаграмма 25. Структура спроса российских пользователей на интернет-магазины бытовой техники по регионам в январе 2011 года, %

Диаграмма 26. Распределение российского спроса на интернет-магазины бытовой техники по полу и возрасту в 2010 году, %

5. ОБЗОР РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ ОДЕЖДОЙ И ОБУВЬЮ

Таблица 1. Количество запросов по отдельным сегментам рынка одежды в январе 2011 года, показы

Диаграмма 27. Структура поискового спроса на одежду по видам в январе 2011 года, %

Диаграмма 28. Распределение спроса российских пользователей на интернет-магазины одежды по полу и возрасту в 2010 году, %

Диаграмма 29. Распределение спроса российских пользователей на интернет-магазины одежды по поисковым системам в 2010 году, %

График 12. Динамика российского спроса на интернет-магазины нижнего белья по месяцам в 2009-2010 гг., показов

График 13. Динамика российского спроса на интернет-магазины купальников по месяцам в 2009-2010 гг., показов

Диаграмма 30. Структура спроса российских интернет-пользователей на нижнее белье и чулочные изделия по видам в январе 2011 года, %

Диаграмма 31. Распределение спроса российских пользователей на интернет-магазины нижнего белья по полу и возрасту в 2010 году, %

График 14. Динамика российского спроса на интернет-магазины обуви по месяцам в 2009-2010 гг., показов

Диаграмма 32. Структура спроса российских интернет-пользователей на обувь по видам в январе 2011 года, %

Диаграмма 33. Распределение спроса российских пользователей на интернет-магазины обуви по полу и возрасту в 2010 году, %

6. ОБЗОР РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ МЕБЕЛЬЮ И ПРЕДМЕТАМИ ИНТЕРЬЕРА

График 15. Динамика российского спроса на интернет-магазины мебели по месяцам в 2009-2010 гг., показов

Диаграмма 34. Структура спроса российских пользователей на мебельные интернет-магазины по видам мебели в январе 2011 года, %

Диаграмма 35. Распределение спроса российских пользователей на интернет-магазины мебели по полу и возрасту в 2010, %

Диаграмма 36. Распределение спроса российских пользователей на интернет-магазины мебели по поисковым системам, %

График 16. Динамика спроса на интернет-магазины товаров для дома по месяцам в 2009-2010 гг., показов

Диаграмма 37. Структура поискового спроса на интернет-магазины товаров для дома по видам ассортимента в январе 2011 года, %

7. ОБЗОР РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ КНИГАМИ, СУВЕНИРАМИ И ЦВЕТАМИ

График 17. Динамика российского спроса на интернет-магазины книг по месяцам в 2009-2010 гг., показов

Диаграмма 38. Структура поискового спроса российских пользователей на книжные интернет-магазины по регионам в январе 2011 года, %

Таблица 2. Наиболее популярные запросы со словами «интернет-магазин книги» в Yandex в январе 2011 года

График 18. Динамика российского спроса интернет-пользователей на электронные книги по месяцам в 2009-2010 гг., показов

Диаграмма 39. Распределение спроса российских пользователей на книжные интернет-магазины по полу и возрасту в 2010 году, %

График 19. Динамика российского спроса на интернет-магазины игрушек по месяцам в 2009-2010 гг., показов

График 20. Динамика российского спроса на интернет-магазины подарков по месяцам в 2009-2010 гг., показов

Таблица 3. Наиболее популярные запросы по теме интернет-магазины игрушек в поисковых системах Рунета в январе 2011 года, показы

Диаграмма 40. Распределение спроса российских пользователей на интернет-магазины игрушек по полу и возрасту в 2010 году, %

График 21. Динамика российского спроса на интернет-магазины цветов по месяцам в 2009-2010 гг., показов

Диаграмма 41. Структура спроса российских пользователей на интернет-магазины цветов по регионам в январе 2011 года, %

Диаграмма 42. Распределение спроса российских пользователей на интернет-магазины цветов по полу и возрасту в 2010 году, %

8. ОБЗОР РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ ДЕТСКИМИ ТОВАРАМИ

График 22. Динамика российского спроса на интернет-магазины товаров для детей по месяцам в 2009-2010 гг., показов

Диаграмма 43. Сегментация российского спроса на интернет-магазины товаров для детей в январе 2011 года, %

Диаграмма 44. Распределение спроса российских пользователей на интернет-магазины детских товаров по полу и возрасту в 2010 году, %

9. ОБЗОР РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ ПРОДУКТАМИ ПИТАНИЯ

График 23. Динамика спроса на продукты в интернете по месяцам в 2009-2010 гг., показов

График 24. Динамика российского спроса на продукцию интернет гипермаркета "Утконос" по месяцам в 2009-2010 гг., показов

Диаграмма 45. Сегментация российского спроса на интернет-магазины продуктов по видам в январе 2011 года, %

Диаграмма 46. Структура российского спроса на специализированные интернет-магазины в январе 2011 года, %

Диаграмма 47. Распределение спроса российских пользователей на интернет-магазины продуктов по полу и возрасту в 2010 году, %

10. ОБЗОР РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ КОСМЕТИКОЙ, ПАРФЮМЕРИЕЙ И МЕДИКАМЕНТАМИ

График 25. Динамика российского спроса на интернет-магазины косметики по месяцам в 2009-2010 гг., показов

Диаграмма 48. Структура российского спроса на интернет-магазины косметики по предпочтениям в январе 2011 году, %

Диаграмма 49. Структура потребительских предпочтений в Рунете по странам-производителям косметики в январе 2011 года, %

Диаграмма 50. Структура спроса на интернет-магазины специализированной косметики в январе 2011 года, %

Диаграмма 51. Распределение спроса российских пользователей на интернет-магазины косметики по полу и возрасту в 2010 году, %

График 26. Динамика российского спроса на интернет-магазины парфюмерии по месяцам в 2009-2010 гг., показов

Диаграмма 52. Распределение спроса российских пользователей на интернет-магазины парфюмерии по полу и возрасту, %

График 27. Динамика российского спроса на интернет-аптеки по месяцам в 2009-2010 гг., показов

Диаграмма 53. Сегментация российского спроса на интернет-аптеки по основным параметрам поиска, %

Диаграмма 54. Структура спроса российских пользователей на интернет-аптеки по регионам в январе 2011 года, %

Диаграмма 55. Распределение спроса российских пользователей на интернет-аптеки по полу и возрасту в 2010 году, %

11. ОБЗОР РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ ТУРИСТИЧЕСКИМИ УСЛУГАМИ

График 28. Динамика спроса российских интернет-пользователей на путевки в интернете по месяцам в 2009-2010 гг., показов

Диаграмма 56. Распределение спроса российских пользователей на покупку путевок через интернет по полу и возрасту в 2010 году, %

12. ОБЗОР РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ БИЛЕТАМИ

График 29. Динамика спроса российских интернет-пользователей на авиабилеты по месяцам в 2009-2010 гг., показов

График 30. Динамика спроса российских интернет-пользователей на ж/д билеты по месяцам в 2009-2010 гг., показов

Диаграмма 57. Структура спроса российских интернет-пользователей на авиабилеты по регионам в январе 2011 года, %

Диаграмма 58. Структура спроса российских пользователей на жд билеты по регионам в январе 2011 года, %

Диаграмма 59. Распределение спроса российских интернет-пользователей на авиабилеты по полу и возрасту в 2010 году, %

Диаграмма 60. Распределение спроса российских интернет-пользователей на ж/д билеты по полу и возрасту в 2010 году, %

График 31. Динамика спроса российских интернет-пользователей на билеты в театр по месяцам в 2009-2010 гг., показов

График 32. Динамика спроса российских интернет-пользователей на билеты на концерт по месяцам в 2009-2010 гг., показов

Диаграмма 61. Распределение спроса российских интернет-пользователей на авиабилеты по полу и возрасту, %

Диаграмма 62. Структура спроса российских пользователей на интернет-магазины билетов на концерты по регионам в январе 2011 года, %

13. ОБЗОР РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ УСЛУГАМИ ПО ДОСТАВКЕ ЕДЫ

График 33. Динамика спроса российских интернет-пользователей на услуги по доставке еды по месяцам в 2009-2010 гг., показов

Диаграмма 63. Сегментация российского интернет-рынка услуг по доставке еды в январе 2011 года, %

Диаграмма 64. Распределение спроса российских интернет-пользователей на доставку пиццы по полу и возрасту в 2010 году, %

Диаграмма 65. Распределение спроса российских интернет-пользователей на доставку суши по полу и возрасту в 2010 году, %

14. МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ В РОССИИ

15. ПРЕИМУЩЕСТВА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ В РОССИИ

Диаграмма 66. Доля пользователей интернета, целенаправленно заходящих в сеть, для поиска нужного товара, или определенной услуги в России, %

16. ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ

График 34. Динамика объема российского рынка интернет-торговли в 2010-2015* гг., млрд. долл.

ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ INTESCO RESEARCH GROUP

ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ INTESCO RESEARCH GROUP

INTESCO RESEARCH GROUP – аналитическая группа, основным направлением деятельности которой является разработка высококачественных бизнес-планов, ТЭО и маркетинговых исследований, как российских, так и региональных рынков РФ. Мы предоставляем нашим клиентам актуальную и достоверную информацию, профессиональные рекомендации для ведения бизнеса.

Все работы **INTESCO RESEARCH GROUP** построены на проверенных научно-исследовательских методиках. При проведении маркетинговых исследований и разработке бизнес-планов опирается на принятые во всем мире методики оценки эффективности инвестиционных вложений, на российские и международные стандарты качества.

Аналитики компании **INTESCO RESEARCH GROUP** являются выпускниками ведущих московских вузов (МГУ, МФТИ, РЭА им. Плеханова, Высшая школа экономики, ФИНЭК) и имеют глубокие знания в маркетинге, методологии построения маркетинговых исследований, оценке эффективности инвестиционных проектов, составлении аналитических отчетов и бизнес-прогнозировании.

Профессиональный подход и сервис, высококвалифицированные специалисты, глубокие знания различных рынков, большой проектный опыт и постоянное совершенствование позволяют компании **INTESCO RESEARCH GROUP** оказывать высококачественные услуги всем своим клиентам.

Информация из наших отчетов публикуется в крупнейших российских газетах и журналах: «Ведомости», «Коммерсант-Деньги», «Российская газета», Forbes, Russian Food Market, FoodService, "Партнер: мясопереработка", «Мое дело. Магазин», «Однако», «Хлебопекарное производство», «Продукты и Прибыль», "Кондитерская сфера/хлебопечение", «Ценовик», РБК daily, Unipack.Ru и пр.

Среди клиентов **INTESCO RESEARCH GROUP** такие организации как: «Инфолинк», «Вимм-Билль-Дан», «Русский алкоголь», «Аладушкин Групп», «1-ая Макаронная Компания», ГК «Русагро», ГК «ЭФКО», ГК «Грейн Холдинг», ГК «Волго-Дон», ГК

«ОТЭК», ГК «Эксперт-Агро», «Приосколье», «АСТОН», «Группа Черкизово», «Группа ПРОДО», «Группа Агроком», «Росинтер Ресторантс Холдинг», «Высшая школа экономики», PricewaterhouseCoopers, Ernst & Young, BASF, DSM Nutritional Products, «Метрополис», Кондитерская фабрика «НЕВА», Кондитерская фабрика «Волшебница», Кондитерское объединение «Любимый край», Кондитерская фабрика «Сладонеж», Кондитерская фабрика "Галан", «Волжский Бисквит», ОАО «Приморский кондитер», ШКФ «Сладуница», «Абаканская кондитерская фабрика», KelsenBisca, ЗАО «Управляющая компания «Белстар-Агро», «КОМОС ГРУПП», АО «Баян Сулу», «Агроимпорт», «Баргус», «АГРОИМПЭКС», «Петровские Нивы», «Нудел Продукт», Компания «СИ Групп», «Рязаньзернопродукт», «Омская макаронная фабрика», «СоюзЗерноЭкспорт», «Зерновая компания «Восток-Запад», «Сочинский Хлебокомбинат», ОАО «Булочно-кондитерский комбинат», ГУП «Продовольственный фонд», «Первое хлебопекарное объединение», «Саф-Нева», «Производственная компания «Смак», «Сызранский мельничный комбинат», ОАО «МЕЛЬКОМБИНАТ», Концерн «Детскосельский», «Агроальянс МТ», «Национальный союз овцеводства», «ЕВРОДОН», Птицефабрика «Камышинская», Птицефабрика «Приморская», «Уралбройлер», ЗАО «Ставропольский бройлер», Мясоптицекомбинат «Пензенский», "Сочинский мясокомбинат", «Дзержинский мясокомбинат», ОАО «Медведовский мясокомбинат», «Тульская засека», «Белгородский бекон», «Здрава», «Кубань Агро», «Сельпром-Инвест», «ШЕЛЬФ-2000», «Сибирская пельменная компания», «Комбинат полуфабрикатов Сибирский Гурман», Агропромышленная компания «МаВР», Агро-промышленная компания "Агро-2000", «Первая кроличья фабрика», «Агрохолдинг Енисейский», ЗАО «АБИ Групп», «АгроА», «Альменда», «Агротрейдинг», «Агропродукт», ЗАО «Гатчинский ККЗ», УК «Правильный Город», УК «Развитие-СИБИРЬ», Инвестиционная Строительная Компания «Легион», Холдинг «САНГИЛЕН+», Холдинговая компания «Ак Барс», Холдинговая группа «Випойл», Холдинговая компания «АКЦИЯ», ЗАО «СК Фаворит», Выставочный комплекс «ЛенЭкспо», Выставочная компания «СОЧИ-ЭКСПО», «Неопринт», «Индустрия Делового Мира», «Марр Россия», «Ингредиент-Логистик», «Глобал Менеджмент», ЗАО «РодСтор», «Индустриальная управляющая компания», «ДСМ Восточная Европа», «Никофарм», «Тервинго», «Урса Капитал», «СибЖелДорТранс», «АК БАРС Девелопмент», «НТБ Девелопмент», «ВТБ», «РМБ Инвест», «Номос-Банк», ОАО «Нордеа Банк», ЗАО «СУ-155», «Технологии строительства», «Свелен», «ПРОМРЕСУРС», «ТЕТРА-М», «АВТОИНВЕСТ», «СИТИ-

ИНВЕСТ», «ЮПОЛ», «РосАвтоТранс», ИКФ «АЛЪТ», «ТД Ярмарка», «ТД «Содружество», «ТК «Новооскольский элеватор», «ТК «Владэкс», Автономная некоммерческая организация «Учебно-методический центр «Юнитал-М», Государственное образовательное учреждение дополнительного образования детей "Федеральный детский эколого-биологический центр", «TradeOilEnterprise», «РОСГАЗТОПЛИВО», «Спецполимер», Торговый отдел Посольства Индонезии, Торговый отдел Посольства Республики Корея в РФ (КОТРА), Торговая Миссия при Посольстве Франции в РФ, «Компания Мария-ра», «Западпром-Сервис», «СПК им. В.И. Ленина», «МОК-Центр», «Аудиторско - консалтинговая группа «Гранд-Стандарт», «Продакт Менеджмент Консалтинг Групп», Группа компаний «Нексия Пачоли», «Раша Партнерс Эдвайзерз», «АСЕ СИСТЕМЫ АВТОМОЕК», «Креативное агентство Type Market», КСК «Кремлёвская Школа Верховой Езды», ЗАО «Спортивный клуб на Ленинском», «Физкульт», «Кинотавр», «Продюсерский центр Андрея Кончаловского», «ГЕО», «Интертуризм», Capital Tour, «Новая Голандия», «Мир Цветов» и др.

**ЦЕЛЬ НАШЕЙ КОМПАНИИ – УСПЕШНАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЕКТОВ
СВОИХ КЛИЕНТОВ**