



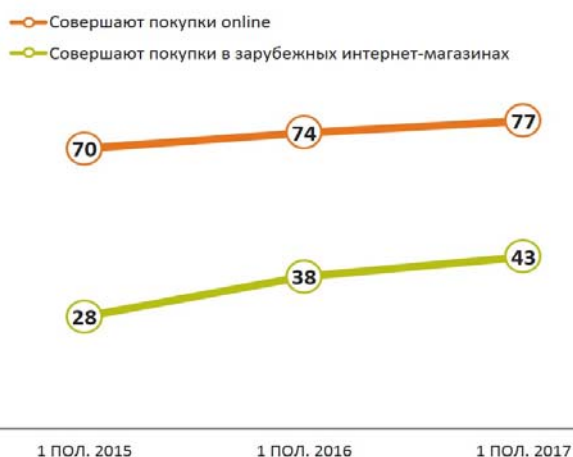
Интернет-пользователи в России стали больше тратить на покупки online и активнее заказывать в зарубежных интернет-магазинах

Июль 2017. Компания Ipsos Comcon публикует данные по покупкам в Интернете из регулярного исследования [OnLife](#), изучающего стиль жизни активных интернет-пользователей 16-54 из городов России с населением от 100 тыс. человек.

В группе активных интернет-пользователей доля покупок онлайн увеличилась на 3 п.п. за последний год: по данным 1 пол. 2017 года исследования OnLife 77% опрошенных делали покупки в Интернете хотя бы раз в 3 месяца.

Растут средние траты на онлайн-покупки: в 1 пол. 2017 года средняя сумма онлайн-покупки за 3 мес. составила 12 412 руб. (в сравнении с 11 786 руб. в 1 пол. 2016 года).

Совершали покупки в Интернете за посл. 3 мес.



Источник: Ipsos Comcon, исследование OnLife, 1 пол. 2017
Выборка: Города 100 тыс.+, россияне 16-54 лет, активные интернет-пользователи

Популярность зарубежных ритейлеров выросла на 15 п.п. за последние 3 года. В 1 пол. 2015 года в зарубежных интернет-магазинах совершали покупки 28% активных интернет-пользователей. В 1 пол. 2017 года доля возросла до 43%. **Лидером среди зарубежных online-магазинов** является AliExpress: 42% интернет-покупателей приобретали товары на AliExpress хотя бы раз за 3 месяца. Число покупателей на AliExpress за два года выросло более чем вдвое.

Чаще всего покупки в зарубежных интернет-магазинах совершают из-за более низких цен по сравнению с российскими магазинами (81%), более широкого ассортимента

Причины популярности зарубежных интернет-магазинов



Источник: Ipsos Comcon, исследование OnLife, 1 пол. 2017
Выборка: Города 100 тыс.+, россияне 16-54 лет, активные интернет-пользователи, совершавшие покупки в зарубежных онлайн-магазинах

Тенденции поведения интернет-покупателей

мента товаров (41%) и наличия эксклюзивной продукции, отсутствующей в России (29%).

В то же время, 23% активных онлайн-пользователей всё ещё **воздерживаются от покупок в Интернете**. Главной причиной остается отсутствие потребности совершать покупки online (43%), часть опрошенных (18%) объясняет отказ от онлайн-покупок отсутствием средств, 14% не покупает товары в Интернете, потому что нет возможности увидеть / протестировать товар до покупки. Примерно каждый десятый не доверяет интернет-магазинам или опасается сложностей с возвратом-обменом.

Беспорными лидерами по покупкам в Интернете являются одежда, обувь и аксессуары.

Каждый второй опрошенный покупает товар в Интернете, используя мобильный телефон или планшет. Среди

тех, кто совершает покупки online с помощью смартфона или планшета, 62% делают это через специальные мобильные приложения, а 52% - через интернет-браузеры.

Большинство россиян, совершающих покупки через Интернет, оплачивают их банковской картой online. По данным исследования OnLife'2017 **доля тех, кто оплачивает покупки банковской картой через Интернет возросла с 60% в 1 пол. 2015 года до 70% в 1 пол. 2017 года**, увеличилась и доля тех, кто платит картой курьеру/в пункте самовывоза (с 21% до 26%). Одновременно уменьшилось число тех, кто оплачивает интернет-заказы наличными (с 53% в 1 пол. 2015 года до 46% в 1 пол. 2017 года), электронными деньгами, наложенным платежом по почте или через платежный терминал. ■

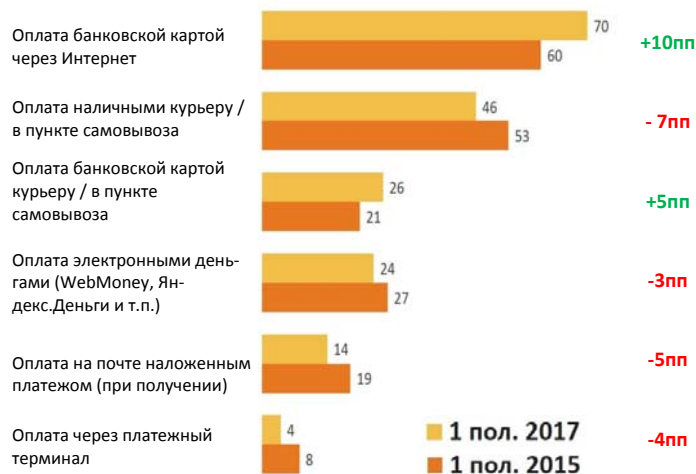
ТОП-5 причин, удерживающих от покупки в Интернете

Почему не покупают онлайн?

Нет потребности	43%
Нет средств	18%
Нет возможности увидеть/ протестировать товар до покупки	14%
Не доверяют интернет-магазинам	12%
Отсутствие возможности примерки товара	11%

Источник: Ipsos Comcon, исследование OnLife, 1 пол. 2017
Выборка: Города 100 тыс.+, россияне 16-54 лет, активные интернет-пользователи, не совершавшие покупки онлайн

Способы оплаты покупок online



Источник: Ipsos Comcon, исследование OnLife, 1 пол. 2017
Выборка: Города 100 тыс.+, россияне 16-54 лет, активные интернет-пользователи, совершавшие покупки онлайн

Об исследовании

OnLife — регулярное онлайн-исследование, в котором участвуют россияне 16-54 лет, выходящие в Интернет не реже одного раза в неделю и пользующиеся 3-мя и более видами интернет-сервисов.

Опрос проводится один раз в полугодие в городах с населением 100 тыс.+, годовая выборка — 5 000 человек.

Специализированное исследование OnLife позволяет описать стиль жизни и составить портрет активной интернет-аудитории в России. OnLife дает возможность анализировать пользование интернет-сервисами, устройства выхода в Интернет, покупки онлайн и финансовое поведение этой группы потребителей.

О компании

Ipsos Comcon входит в состав международной компании **Ipsos Group**, входящей в тройку глобальных лидеров по объему проводимых маркетинговых исследований и имеющей офисы в 88 странах мира.

Ipsos Comcon в России предоставляет полный комплекс маркетинговых услуг в области тестирования рекламы, инноваций и исследований брендов, в разработке стратегии развития взаимоотношений с потребителями.

В России Ipsos Comcon располагает большим портфелем готовых исследований, позволяющих описать стиль жизни, потребление, покупки и медиапредпочтения россиян.

Контакт:

Евгения Зыкова • +7 (495) 981 56 46 • Evgenia.Zykova@ipsos.com
Ipsos Comcon • www.ipsos-comcon.ru