

# Е-коммерция в странах Центральной и Восточной Европы: Украина

- бесплатная версия отчета



Май 2007, Киев, Украина

 Gemius

 FANTOMAS  
fantomas.com.ua • Интернет магазин

 Фраза  
СЛОВНИК БІЗНЕСУ

 mp3ua

 ЛІГА  
БІЗНЕСІНФОРМ  
УКРАЇНСЬКА МЕРЕЖА ДІЛОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

online :-|ua

 META®  
www.meta.ua

# Содержание

• Методология.....	3
• Основные результаты исследования.....	7
• Общее отношение к онлайн покупкам.....	12
• Демография .....	23

**В платной версии дополнительно доступны разделы:**

- **Итоги (расширено на 8 слайдов)**
- **Общее отношение к онлайн покупкам (расширено на 9 слайдов)**
- **Покупки в интернет-магазинах (7 слайдов)**
- **Покупки на онлайн-аукционах (4 слайда)**
- **Интернет магазины vs. онлайн-аукционы (10 слайдов)**
- **Пользователи, которые никогда не совершали покупок онлайн (8 слайдов)**

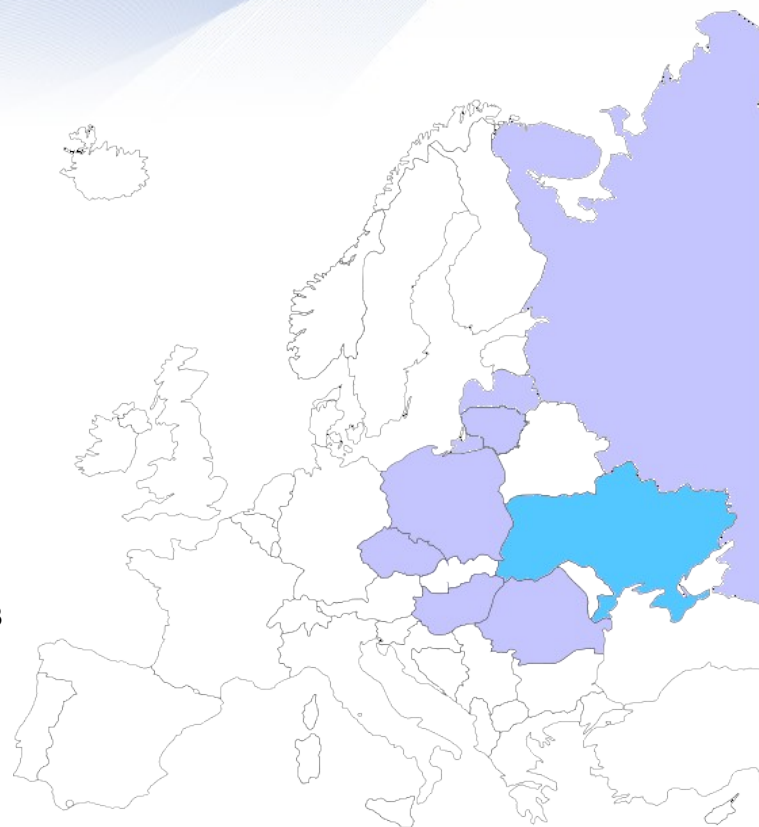
**Полная версия отчета состоит из 76 слайдов.**

# Методология

3

# Методология

- Исследование проводилось в нескольких странах Центральной и Восточной Европы:
  - Венгрия
  - Латвия
  - Литва
  - Польша
  - Россия
  - Румыния
  - **Украина**
  - Чехия
- В **Украине** Gemius проводил исследование в партнерстве с: [fantomas.com.ua](http://fantomas.com.ua), [fraza.com.ua](http://fraza.com.ua), [mp3.ua](http://mp3.ua), [liga.net](http://liga.net), [online.ua](http://online.ua), [meta.ua](http://meta.ua).



# Методология

- Целью исследования было определение отношения и предпочтений аудитории украинского интернета касательно покупок в электронных магазинах и на аукционах.
- **Основные разделы отчета:**
  - Общее отношение к онлайн покупкам;
  - Самые покупаемые по интернету товары;
  - Частота покупок по интернету;
  - Рейтинг сайтов интернет-магазинов в Украине;
  - Использование интернет-магазинов и отношение к ним;
  - Рейтинг сайтов онлайн-аукционов в Украине;
  - Использование онлайн-аукционов и отношение к ним;
  - Сравнение магазинов и аукционов;
  - Потенциал рынка е-коммерции: «не-покупатели» - кто они

# Методология

- Исследование проводилось в формате рор-ур анкеты, которая показывалась случайной выборке интернет-пользователей в период с 28 ноября 2006 г. по 9 февраля 2007 г. Выборка из 1437 респондентов была отобрана согласно стандартам Gemius и затем взвешена с использованием структурных данных, предоставленных GFK Ukraine.
- Результаты репрезентативны по возрасту, полу и частоте использования интернета для всех интернет-пользователей Украины в возрасте 15-59 лет. Информация об указанном размере выборки касается взвешенных данных.

# Основные результаты исследования

7

# Основные результаты исследования

Основные результаты исследования показывают следующее:

- В ходе изучения украинской электронной коммерции 29% респондентов заявили, что совершали покупки в интернете.
- Электронная коммерция находится в начальной стадии развития. 50% покупателей считают покупки в интернете рискованными, и большинство оплат совершается наличными.

# Основные результаты исследования

- Интернет-магазины в Украине значительно популярнее, чем онлайн-аукционы. 27% пользователей предпочитают магазины. В то же время аукционам отдают предпочтение всего 5% пользователей, при этом среди популярных в первую очередь представлены зарубежные аукционы.
- Более того, рейтинг спонтанного знания бренда указывает на бесспорное лидерство eBay перед конкурентами.
- В рейтинге спонтанного знания e-магазинов покупатели отмечают три главных игрока: [www.fotos.com.ua](http://www.fotos.com.ua), [www.matrix.com.ua](http://www.matrix.com.ua) и [www.ozon.ru](http://www.ozon.ru).

# Выводы

## ОБЩЕЕ ОТНОШЕНИЕ К ПОКУПКАМ (I)

- **Положительное отношение к покупкам** по интернету (54% пользователей интернета положительно относятся к процессу шопинга) совместно с высоким уровнем знания о возможности онлайн покупок как таковой (98%) – это важная особенность рынка е-коммерции в Украине. Покупая онлайн, украинцы задумываются, прежде всего, о качестве товаров (40%), приятном времяпрепровождении (19%), экономии денег (16%) и времени (11%).
- **Поисковые системы (53%) и предложения электронных магазинов (33%)** - самые популярные источники информации при поиске товаров в интернете.
- **Интернет – предпочтительный канал для поиска информации о:**
  - мобильных телефонах и аксессуарах (38%);
  - программном обеспечении (34%);
  - компьютерном «железе» (33%);
  - бытовой технике и электронике (33%);
  - книгах, CD-дисках, фильмах (28%);
  - Фото-товарах (27%);
  - компьютерных играх (26%).

# Основные результаты исследования

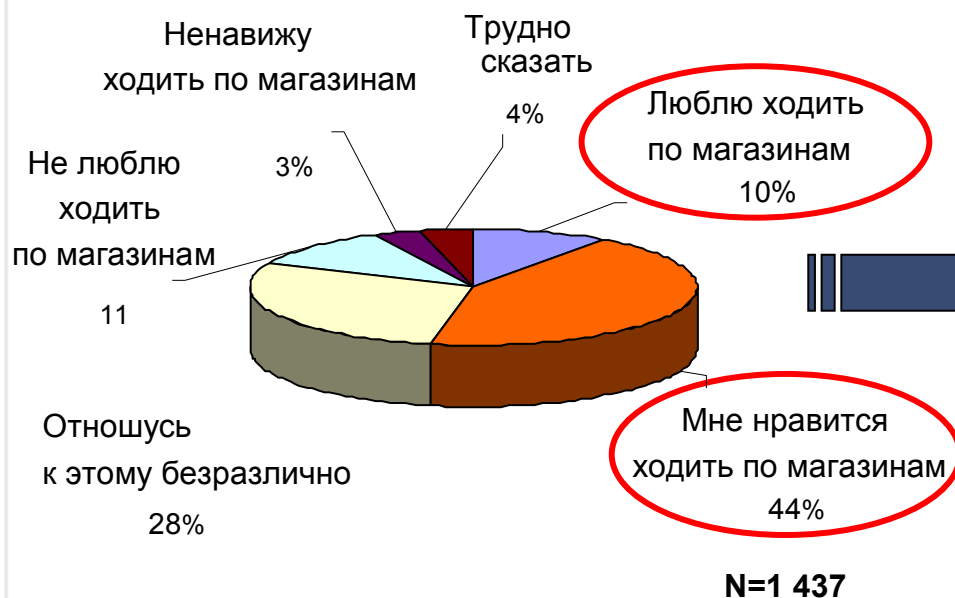
	МАГАЗИНЫ	АУКЦИОНЫ
ПРИЧИНЫ ПОКУПОК ОНЛАЙН	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ цена ниже, чем в обычных магазинах (57%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ товары, которые трудно найти в других местах (44%)</li> </ul>
ПРЕИМУЩЕСТВА: МАГАЗИНЫ VS. АУКЦИОНЫ	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ проще процедура (27%)</li> <li>○ доставка указанного товара в указанной комплектации (25%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ лучше обслуживание (47%)</li> <li>○ ниже цены (33%)</li> </ul>
ПРОБЛЕМЫ	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ долгая доставка (37%)</li> <li>○ не имели проблем (21%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ не имели проблем (31%)</li> <li>○ ложная информация на сайте (31%)</li> </ul>
САМЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ ТОВАРЫ	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ мобильные телефоны и аксессуары (49%)</li> <li>○ книги, CD, фильмы (47%)</li> <li>○ бытовая техника и электроника (43%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ бытовая техника и электроника (27%)</li> <li>○ книги, CD, фильмы (27%)</li> <li>○ компьютерное «железо» (26%)</li> </ul>
САМЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ ФОРМЫ ОПЛАТЫ	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ наличными при доставке (62%)</li> <li>○ платежной картой (17%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ наличными при доставке (47%)</li> <li>○ платежной картой (29%)</li> </ul>

## Общее отношение к онлайн покупкам

12

# Общее отношение к покупкам

## Q1. Общее отношение к покупкам

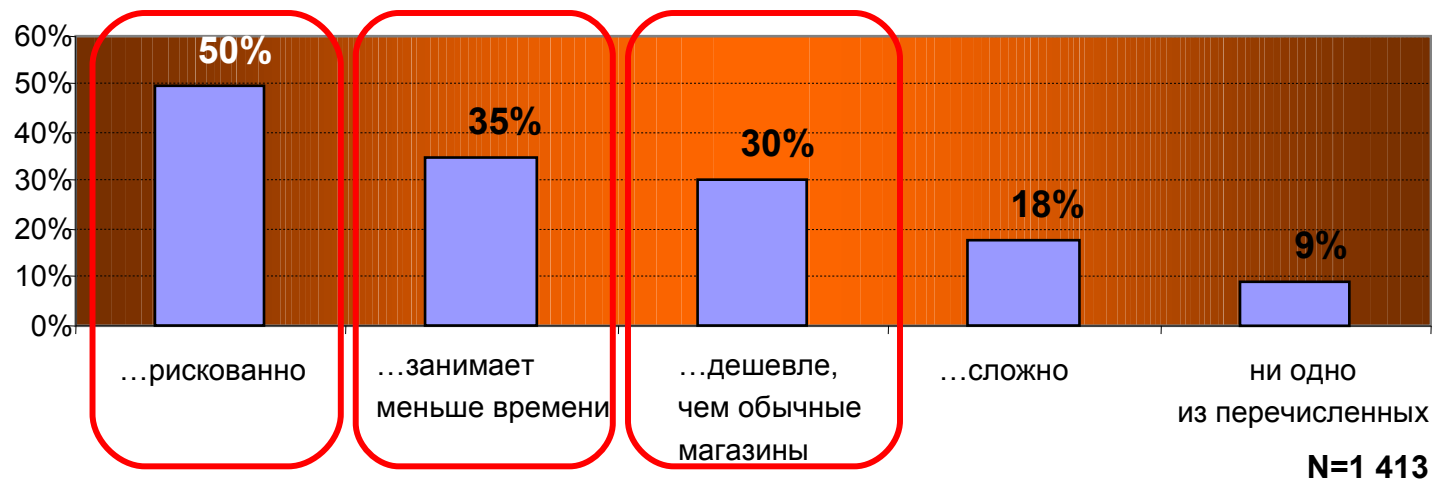


## Q2. Главные критерии во время покупок

КАЧЕСТВО ПРОДУКТОВ (40%)	ПРИЯТНОЕ ПРОВЕДЕНИ ВРЕМЕНИ (19%)
ЭКОНОМИЯ ДЕНЕГ (16%)	ЭКОНОМИЯ ВРЕМЕНИ (11%)

# Общее отношение к онлайн покупкам

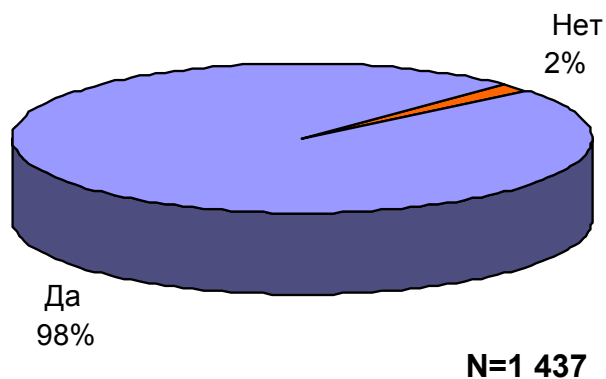
Q5. Мнение пользователей об онлайн-покупках



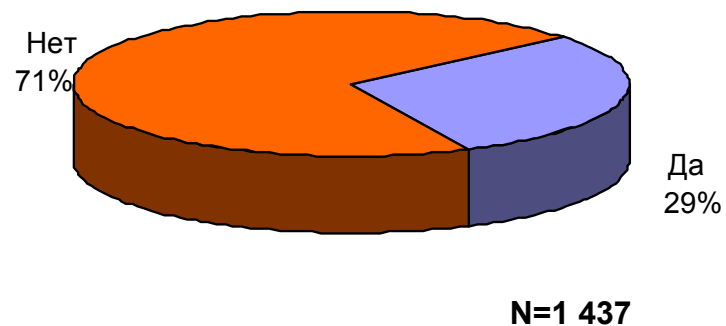
Самое распространенное мнение о покупках онлайн – воспринимаемая небезопасность проведения сделок через интернет. Этот отрицательный показатель обгоняет положительные показатели экономии времени и денег.

# Общее отношение к онлайн покупкам

Q4. Когда-либо слышали о возможности покупок в интернете



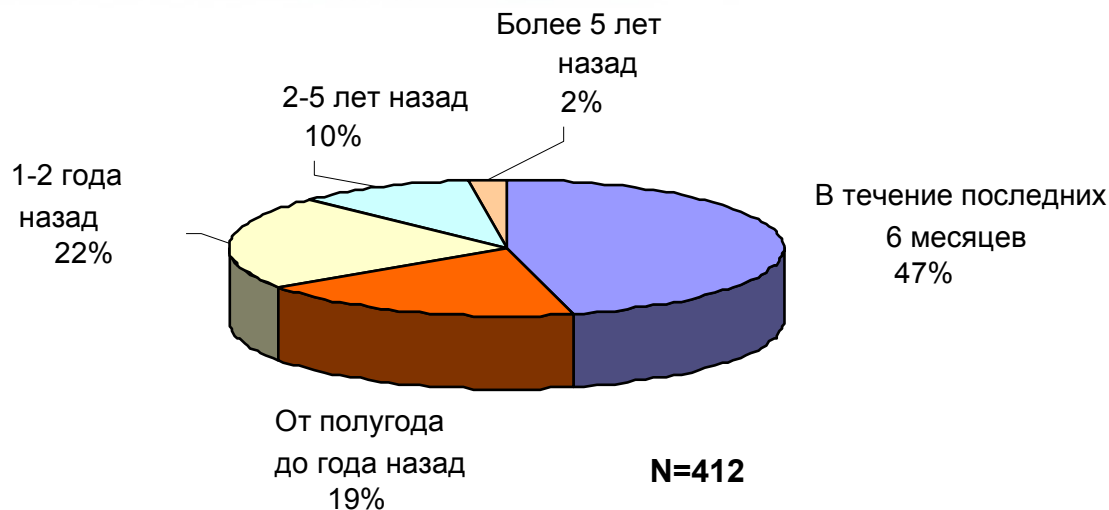
Q6. Когда-либо совершали покупки в интернете



Осведомленность о возможности покупать в интернете очень высока в Украине, но покупки совершает лишь одна треть тех, кто слышал о такой возможности.

# Общее отношение к онлайн покупкам

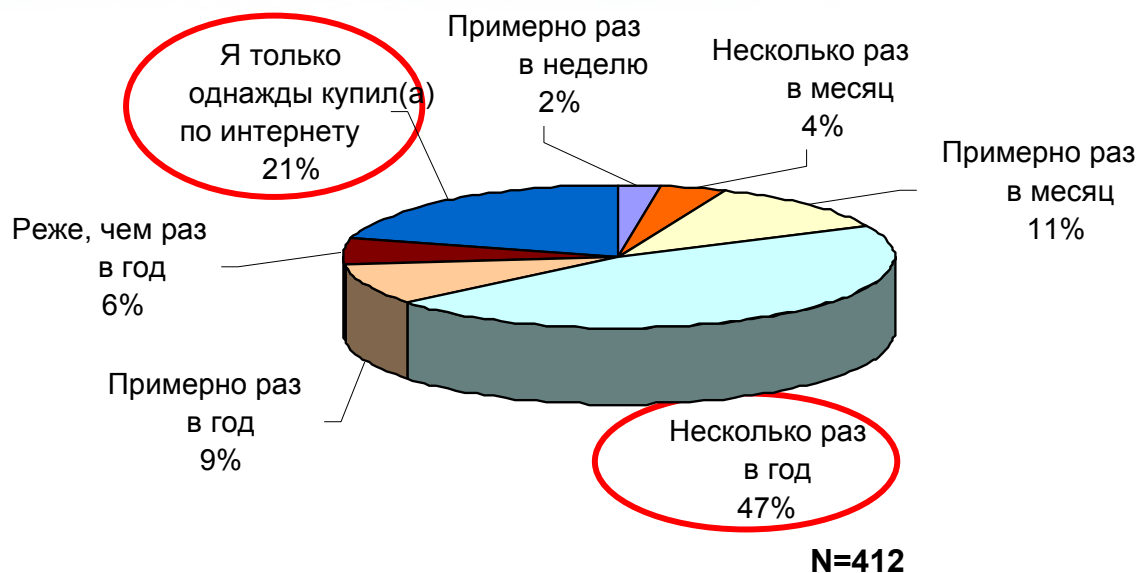
Q7. Опыт онлайн покупок – как давно начали покупать?



Большинство интернет-пользователей – новички в онлайн шопинге и начали пользоваться данными сервисами только в прошлом году (66%). Опытные онлайн покупатели (более 2 лет) составляют всего 12% от пользователей, приобретавших товары по интернету.

# Общее отношение к онлайн покупкам

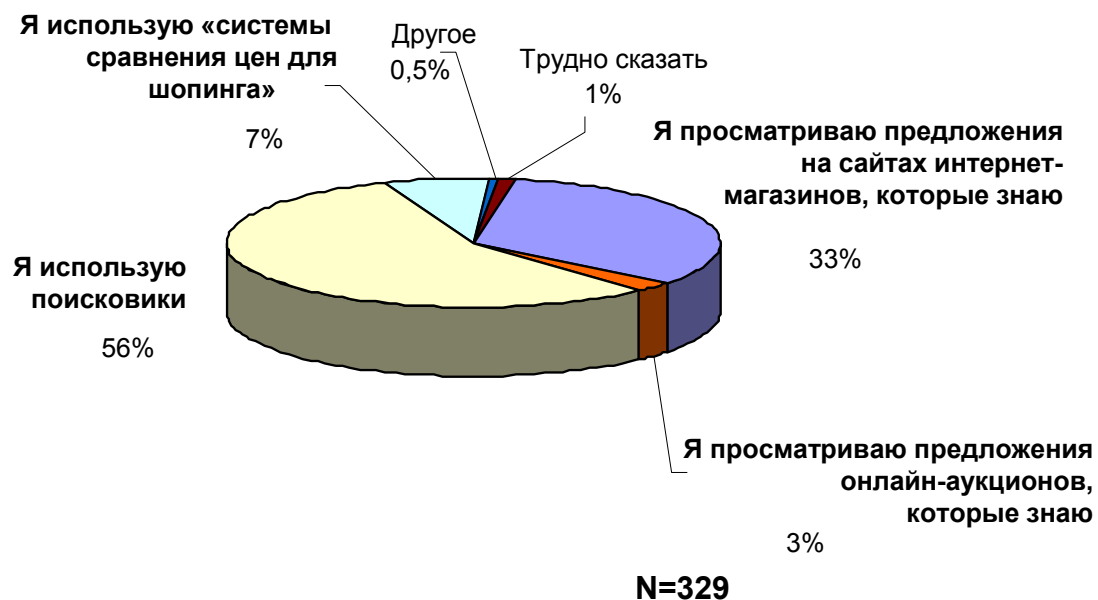
## Q8. Частота онлайн покупок



Большую часть составляют онлайн покупатели, совершающие покупки по интернету несколько раз в году (47%), затем те, кто покупали в интернете лишь однажды (21%). Только 6% покупают примерно раз в неделю или несколько раз в месяц.

# Общее отношение к онлайн покупкам

Q11. Предпочтения при поиске товаров



# Общее отношение к онлайн покупкам

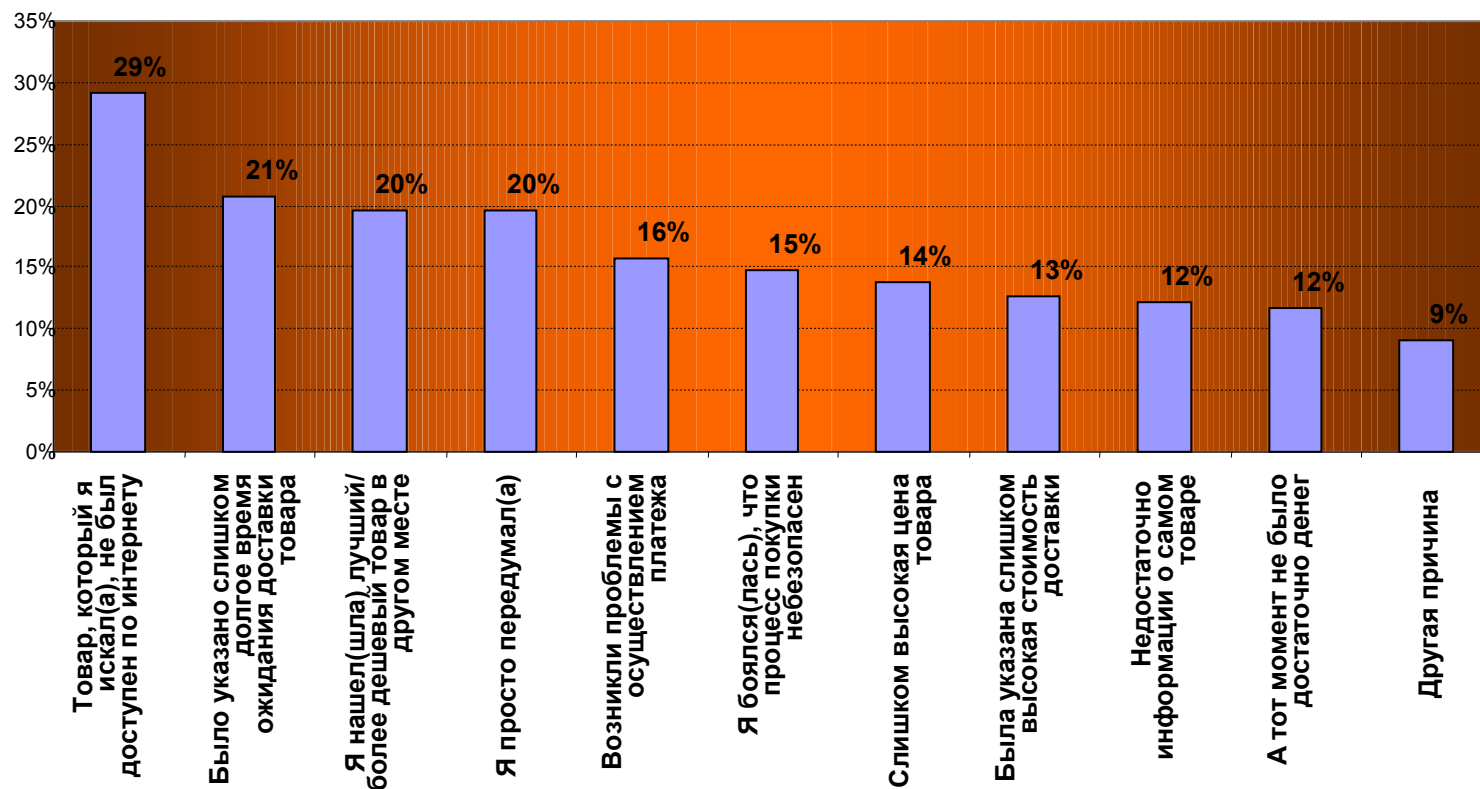
Q13. Что заставит онлайн покупателей совершать покупки чаще



N=412

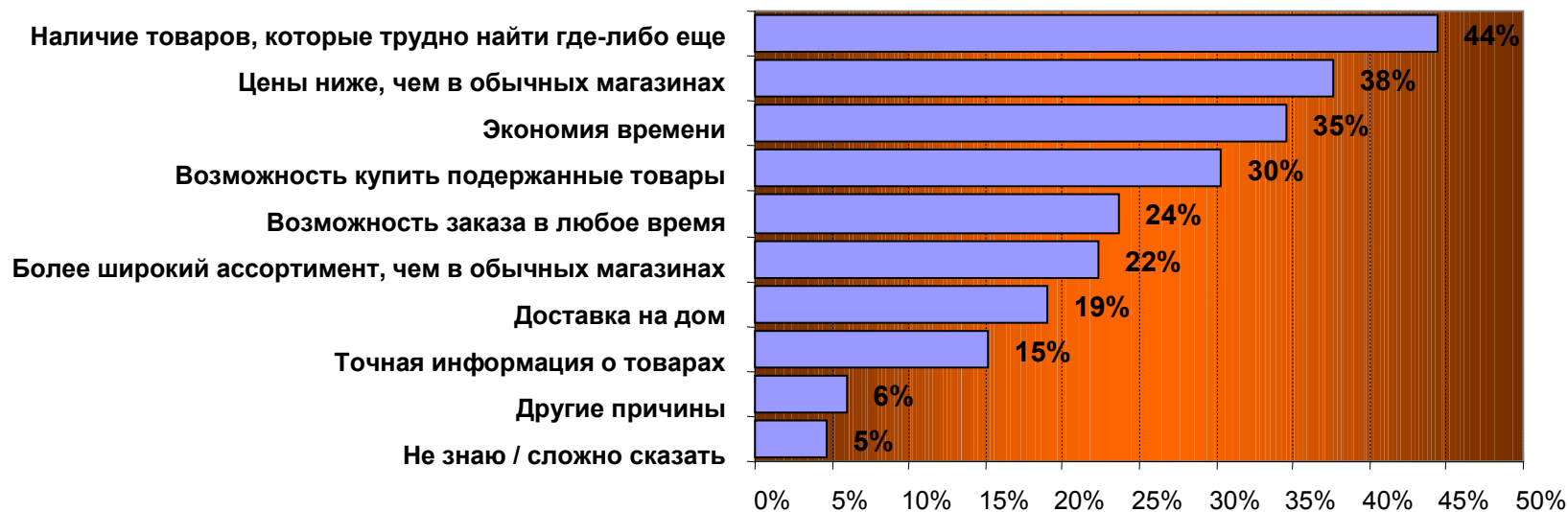
# Интернет-магазины

Q21. Причины отказа от покупки в интернет-магазинах



# Онлайн-аукционы

## Q33 Причины покупок на онлайн-аукционах



N=72

# Демографія

22

# Демография

## СОЦИАЛЬНЫЙ СТАТУС

N=1 437

я студент	32%
я работаю	55%
я пенсионер	1%
я безработный	1%
я домохозяйка	2%
другое	8%

## ДОХОД

N=1 437

нет доходов	9%
1 - 299 грн.	12%
300 - 499 грн.	6%
500 - 699 грн.	6%
700 - 999 грн.	8%
1000 - 1299 грн.	9%
1300 - 1599 грн.	11%
1600 - 1999 грн.	9%
более 2000 грн.	16%
отказ отвечать	15%

## ПОЛ

N=1 437

жен.	41%
муж.	59%

## РАЗМЕР НАС.ПУНКТА

N=1 437

сельская местность	4%
до 50 тыс. жителей	8%
50 тыс. - 100 тыс. жителей	9%
100 тыс. - 500 тыс. жителей	22%
500 тыс. - 1 млн. жителей	10%
более 1 млн. жителей	47%

## ОБРАЗОВАНИЕ

N=1 437

начальное	1%
неполное среднее	7%
среднее	13%
среднеспециальное	9%
неполное высшее	26%
высшее	42%
студент МВА	1%
ученая степень	1%

## ВОЗРАСТ

N=1 437

15 - 19 лет	22%
20 - 29 лет	42%
30 - 39 лет	19%
30 - 34 лет	13%
50 - 59 лет	4%

# Демография

## ЧАСТОТА ПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТОМ

N=1 437

каждый день	30%
3-5 раз в неделю	58%
1-2 раз в неделю	9%
1-3 раз в месяц	3%

## ТИП СОЕДИНЕНИЯ

N=1 437

модем / dial-up	40%
Broadband connection	39%
другое	9%
не знаю	12%

## ВРЕМЯ ПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТОМ

N=1 437

менее полугода	13%
полгода - год	12%
1 - 2 года	20%
2 - 5 лет	33%
более 5 лет	22%

# Контакты

## Gemius Ukraine

Контактное лицо

**Дмитрий Лысюк**

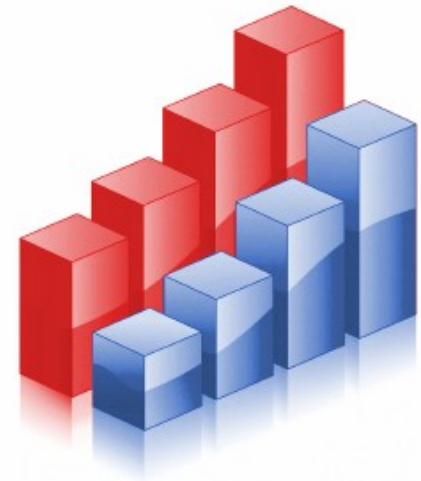
[contact@gemius.com.ua](mailto:contact@gemius.com.ua)

<http://www.gemius.com.ua>

тел.: (044) 235 76 08

**Автор:**

Maria Otmar-Sztejn



 Gemius

 **FANTOMAS**  
fantomas.com.ua • Интернет Маркетинг

 **фраза**  
СЛОВНИК КОМПАНИЙ

 mp3ua

 **ЛІГА**  
БІЗНЕСІНФОРМ  
УКРАЇНСЬКА МЕРЕЖА ДІЛОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

online  ua

 **META**  
www.meta.ua