



BusinessStat®

готовые обзоры рынков



Анализ рынка электронной коммерции (eCommerce) в России в 2019-2023 гг, прогноз на 2024-2028 гг

АДРЕС:

107023, г. Москва
ул. Электrozаводская
д. 23, стр. 8

ТЕЛ.:

+7 (495) 180-04-19

ФАКС:

+7 (495) 180-04-19

ЭЛЕКТРОННАЯ ПОЧТА:

info@businessstat.ru

САЙТ:

www.businessstat.ru

Аннотация

Интернет-торговля – наиболее динамично растущий сегмент розничной торговли в России. По оценкам BusinesStat, в 2019-2023 гг российский рынок eCommerce увеличился более чем в 3 раза: с 2,0 до 6,1 трлн руб. Причем наибольший прирост оборота пришелся на 2020 г, что главным образом стало следствием роста онлайн-торговли из-за вводимых на фоне пандемии ограничений.

В условиях пандемии россияне были вынуждены перейти в интернет и начать более активно осваивать онлайн-платформы. Спектр услуг и товаров онлайн-торговли значительно расширился, привлекая большое количество потребителей и предоставляя им возможность совершать покупки не выходя из дома. Это позволило не только сократить количество потенциально опасных контактов, но также сэкономить время и получить доступ к более широкому ассортименту товаров. Благодаря удобным платформам, покупатели получили возможность сравнивать характеристики продукции, цены, читать отзывы, находить уникальные товары. В то же время, продавцам электронная коммерция дала возможность расширить круг аудитории и масштабировать свой бизнес.

Положительный опыт использования онлайн-ритейла привел к тому, что и после завершения острой фазы пандемии оборот интернет-торговли продолжил активно расти. В результате население получило еще один канал торговли, который после восстановления классической розницы стал восприниматься не как нечто экзотическое или разовое, а как полноценный способ покупки товаров со своими преимуществами в виде широкого ассортимента, отсутствия необходимости тратить время на дорогу и возможности забрать товары из разных магазинов в одном месте в удобное для себя время или оформить доставку курьером.

«Анализ рынка электронной коммерции (eCommerce) в России», подготовленный BusinesStat, включает важнейшие данные, необходимые для понимания текущей конъюнктуры рынка и оценки перспектив его развития:

- экономическая ситуация в России
- госрегулирование и программы развития рынка eCommerce
- емкость и насыщенность рынка электронной коммерции
- оборот рынка eCommerce
- численность клиентов eCommerce
- средняя цена и годовой чек клиента в сфере электронной коммерции
- профили компаний – лидеров рынка

В обзоре приводится информация по видам электронной коммерции:

- маркетплейсы
- eGrocery
- ePharma
- остальные интернет-магазины

При подготовке обзора используется официальная статистика и собранные данные.

Информация профильных ведомств:

- Федеральная служба государственной статистики (Росстат)
- Ассоциация компаний интернет-торговли
- Министерство экономического развития
- Федеральная налоговая служба
- Агентства по развитию инноваций федерального и региональных уровней
- Высшая школа экономики и др. научные институты

Информация, собранная BusinessStat:

- оценки экспертов рынка электронной коммерции
- финансовая отчетность операторов рынка
- открытая информация в профильных изданиях

Информацию о смежных рынках вы можете найти в других исследованиях BusinessStat:

- [Анализ рынка фулфилмента в России](#)
- [Анализ рынка решений в сфере программ лояльности в России](#)
- [Анализ рынка контрольно-кассовых аппаратов в России](#)
- [Анализ рынка программного обеспечения для контрольно-кассового оборудования в России](#)
- [Анализ рынка IT-решений в сфере ритейла \(RetailTech\) в России](#)

Содержание

МЕТОДИКА ПОДГОТОВКИ ОБЗОРА РЫНКА

КЛАССИФИКАЦИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

РЕГУЛИРОВАНИЕ РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

- Государственные органы регулирования
- Нормативно-правовые акты и лицензирование
- Государственные программы поддержки

ОБОРОТ РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Оборот рынка

- Таблица 1. Оборот рынка электронной коммерции в России в 2019-2023 гг (млрд руб)
- Таблица 2. Прогноз оборота рынка электронной коммерции в России в 2023-2027 гг (млрд руб)
- Таблица 3. Оборот рынка по видам электронной коммерции в России в 2019-2023 гг (млрд руб)
- Таблица 4. Прогноз оборота рынка по видам электронной коммерции в России в 2024-2028 гг (млрд руб)

ОБЪЕМ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Объем заказов

- Таблица 5. Объем совершенных заказов на рынке электронной коммерции в России в 2019-2023 гг (млн)
- Таблица 6. Прогноз объема совершенных заказов на рынке электронной коммерции в России в 2024-2028 гг (млн)
- Таблица 7. Объем совершенных заказов по видам электронной коммерции в России в 2019-2023 гг (млн)
- Таблица 8. Прогноз совершенных заказов по видам электронной коммерции в России в 2024-2028 гг (млн)

ПОТРЕБИТЕЛИ РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Численность клиентов

- Таблица 9. Численность клиентов рынка электронной коммерции в России в 2019-2023 гг (млн чел)
- Таблица 10. Прогноз численности клиентов рынка электронной коммерции в России в 2024-2028 гг (млн чел)
- Таблица 11. Численность клиентов по видам электронной коммерции в России в 2019-2023 гг (млн чел)
- Таблица 12. Прогноз численности клиентов по видам электронной коммерции в России в 2024-2028 гг (млн чел)

ПОТЕНЦИАЛ РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Емкость и насыщенность рынка

- Таблица 13. Насыщенность рынка электронной коммерции в России в 2019-2023 гг (%)
- Таблица 14. Прогноз насыщенности рынка электронной коммерции в России в 2024-2028 гг (%)

СРЕДНЯЯ ЦЕНА ЗАКАЗА

Средние цены

- Таблица 15. Средняя цена заказа на рынке электронной коммерции в России в 2019-2023 гг (руб)
- Таблица 16. Прогноз средней цены заказа на рынке электронной коммерции в России в 2024-2028 гг (руб)
- Таблица 17. Средняя цена заказа по видам электронной коммерции в России в 2019-2023 гг (руб)
- Таблица 18. Прогноз средней цены заказа по видам электронной коммерции в России в 2024-2028 гг (руб)

СРЕДНИЙ ГОДОВОЙ ЧЕК КЛИЕНТА РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Средний годовой чек клиента

- Таблица 19. Средний годовой чек клиента рынка электронной коммерции в России в 2019-2023 гг (руб)
- Таблица 20. Прогноз среднего годового чека клиента рынка электронной коммерции в России в 2024-2028 гг (руб)
- Таблица 21. Средний годовой чек клиента по видам электронной коммерции в России в 2019-2023 гг (руб)
- Таблица 22. Прогноз среднего годового чека клиента по видам электронной коммерции в России в 2024-2028 гг (руб)

ЛИДЕРЫ РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Стратегии лидеров рынка среди маркетплейсов

- Wildberries, ООО «Вайлдберриз»
- OZON, ООО «Интернет Решения»
- Яндекс Маркет, ООО «Яндекс»

Стратегии лидеров рынка eGrocery

- СберМаркет, ООО «Инстамарт Сервис»
- Vkusvill, АО «ВкусВилл»
- Самокат, ООО «Умный ритейл»

Стратегии лидеров рынка ePharma

- Apteka.ru, АО НПК «Катрен»
- Zdravcity.ru, ООО «Здравсити»
- Planetazdorovo.ru, ООО «АСП»

Рейтинги предприятий отрасли (юрлиц)

- Таблица 26. Рейтинг предприятий отрасли по выручке от продаж в 2022 г (млрд руб)
- Таблица 27. Рейтинг предприятий отрасли по прибыли от продаж в 2022 г (млрд руб)
- Таблица 28. Рейтинг предприятий отрасли по рентабельности продаж в 2022 г (%)

ПРОФИЛИ ВЕДУЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ ОТРАСЛИ

АО «Тандер»

- Регистрационные данные
- Руководство предприятия
- Основные участники
- Дочерние предприятия
- Бухгалтерский баланс (тыс руб)
- Отчет о финансовых результатах (тыс руб)
- Основные финансовые показатели деятельности предприятия

ООО «Агроторг»

- Регистрационные данные
- Руководство предприятия
- Основные акционеры
- Дочерние предприятия
- Бухгалтерский баланс (тыс руб)
- Отчет о прибылях и убытках (тыс руб)
- Основные финансовые показатели

АО «Торговый Дом «Перекресток»

- Регистрационные данные
- Руководство предприятия
- Основные акционеры
- Дочерние предприятия
- Бухгалтерский баланс (тыс руб)
- Отчет о прибылях и убытках (тыс руб)
- Основные финансовые показатели

ООО «ДНС Ритейл»

- Регистрационные данные
- Руководство предприятия
- Основные акционеры
- Бухгалтерский баланс (тыс руб)
- Отчет о прибылях и убытках (тыс руб)
- Основные финансовые показатели

ООО «Лента»

- Регистрационные данные
- Руководство предприятия
- Основные акционеры
- Дочерние предприятия
- Бухгалтерский баланс (тыс руб)

- Отчет о прибылях и убытках (тыс руб)
- Основные финансовые показатели

Методика подготовки обзора рынка

При подготовке обзора BusinesStat ставит целью собрать максимум информации об анализируемом рынке.

На первой стадии аналитики BusinesStat агрегируют национальную и международную статистику, информацию из деловых и отраслевых изданий. Дополнительно проводятся собственные исследования: опросы абонентов или экспертов, наблюдения за ценами в рознице и в оптовых каналах продаж. Источники данных для каждого обзора подробно представлены в его аннотации. Под каждой таблицей обзора приведены ссылки на источники.

На втором этапе работ полученные данные взвешиваются и приводятся к единому непротиворечивому массиву. На этом этапе происходит отбраковка данных, которые представляются аналитикам противоречивыми и менее надежными. Выбранные данные должны находиться между собой в полной корреляции, чтобы сделать возможной комплексную оценку рынка. Например, спрос должен быть равен предложению с учетом производства, импорта и экспорта, продаж и складских запасов.

Данные по производству, таможенным операциям, продажам извлекаются из разных источников и первоначально не полностью соответствуют друг другу, что часто требует проведения дополнительных расчетов. В итоге по части уточненных, расчетных параметров рынка BusinesStat сам становится источником данных, что отмечено в соответствующих таблицах.

Третьим этапом работ является построение динамических рядов – прогнозирование. Первичное прогнозирование осуществляется математическими методами, суть которых сводится к анализу ретроспективных данных для построения прогноза. Однако такой анализ может задать лишь общий тренд на стабильных рынках с известной многолетней динамикой. Подобные стабильные рынки в России фактически отсутствуют, из-за чего эффективность математического анализа падает.

Для уточнения прогнозов анализируются факторы, влияющие на развитие рынка. Часть факторов определена достаточно жестко и может быть использована с большой уверенностью для прогнозирования производства, импорта и экспорта. Пример такого фактора – государственное отраслевое регулирование. Часто заранее известна политика правительства в области регулирования импорта, по инвестициям в производство и строительство, субсидированию или, наоборот, увеличению налоговой нагрузки на отрасль. Пользуясь накопленным опытом о влиянии на отрасли подобных изменений, аналитики BusinesStat могут достаточно точно прогнозировать дальнейшее развитие рынка.

Влияние других групп факторов менее выражено либо факторы противоречат друг другу. Чаще всего подобные факторы связаны с динамикой продаж и потребления. Здесь приходится анализировать более широкий круг переменных, часто применяя бенчмарки с соседних рынков, где аналогичная ситуация происходила ранее, или с рынков тех же отраслей других стран, где были аналогичные кейсы. Например, во всех развивающихся странах мира наблюдается схожая динамика потребительского поведения, обусловленная появлением новых категорий товаров, развитием сетевой розницы, приходом международных корпораций.

Применение международных бенчмарков для российских отчетов становится возможным благодаря одновременному анализу BusinesStat рынков в других странах мира. BusinesStat готовит глобальные обзоры, обзоры рынков СНГ и ЕС, а также обзоры рынков отдельных стран мира.

Классификация электронной коммерции

Электронная коммерция (eCommerce) – деятельность, связанная с продажей товаров или услуг посредством онлайн-сервисов. К рынку относятся все площадки и сервисы, где оплата происходит онлайн.

Электронная торговля помогает крупному бизнесу масштабироваться, а малому и среднему – начать запуск. Например, начинающим предпринимателям проще выйти на маркетплейсы, чем открыть магазин офлайн.

В обзоре приводится информация по видам электронной коммерции:

- маркетплейсы
- eGrocery
- ePharma
- остальные интернет-магазины

Маркетплейс – онлайн-платформа, на которой продавцы могут реализовывать свои товары или услуги, а покупатели могут искать и приобретать нужные им товары или услуги. Маркетплейс обычно предоставляет собой инструменты для управления продажами, а также обеспечивает безопасность и удобство для обеих сторон – продавцов и покупателей.

eGrocery – концепция онлайн-торговли продуктами питания и другими товарами для домашнего хозяйства. Позволяет потребителям заказывать продукты и товары для дома посредством сети интернет и получать их с доставкой до дома или офиса. Покупатели могут выбирать из широкого ассортимента товаров, которые обычно можно найти в супермаркетах (товары FMGG).

ePharma – концепция онлайн-торговли лекарствами и другими медицинскими продуктами. Позволяет пациентам заказывать аптечный ассортимент через интернет и получать в физической аптеке или с доставкой до дома. ePharma также может предлагать дополнительные услуги, такие как консультации с фармацевтом онлайн или информирование о препаратах и их применении.

К сегменту **остальных интернет-магазинов** относятся все площадки, реализующие через интернет товары или услуги, не относящиеся к сегментам выше. Это различные как крупные, так и мелкие онлайн-магазины по продаже бытовой техники, мебели, товаров для ремонта, одежды и обуви, ювелирных украшений, посуды и других категорий товаров.

Оборот рынка электронной коммерции

Оборот рынка

Оборот рынка электронной коммерции определяется как суммарный доход компаний от продажи товаров или услуг в сети интернет. Оборот рынка приведен не накопительным итогом, а за конкретный период.

Таблица 1. Оборот рынка электронной коммерции в России в 2019-2023 гг (трлн руб)

Параметр	2019	2020	2021	2022	2023
Оборот рынка электронной коммерции	2,0	3,2	3,9	5,0	6,1
Динамика (% к предыдущему году)	22,7	58,5	21,7	27,2	22,5

Источник: Ассоциация компаний интернет-торговли, *BusinesStat*

Интернет-торговля – наиболее динамично растущий сегмент розничной торговли в России. В 2019-2023 гг российский рынок eCommerce рос довольно высокими темпами – 21,7-58,5% в год. За пять лет рынок увеличился более чем в 3 раза: с 2,0 до 6,1 трлн руб. Причем наибольший прирост пришелся на 2020 г, что главным образом стало следствием роста онлайн-торговли из-за вводимых на фоне пандемии ограничений.

В условиях пандемии россияне были вынуждены перейти в интернет и начать более активно осваивать онлайн-платформы. Спектр услуг и товаров онлайн-торговли значительно расширился, привлекая большое количество потребителей и предоставляя им возможность совершать покупку не выходя из дома. Это позволило не только сократить количество потенциально опасных контактов, но также сэкономить время и получить доступ к более широкому ассортименту товаров. Благодаря удобным платформам, покупатели получили возможность сравнивать характеристики продукции, цены, читать отзывы, находить уникальные товары. В то же время, продавцам электронная коммерция дала возможность расширить круг аудитории и масштабировать свой бизнес.

Положительный опыт использования онлайн-ритейла привел к тому, что и после завершения острой фазы пандемии оборот интернет-торговли продолжил активно расти. В результате население получило еще один канал торговли, который после восстановления классической розницы стал восприниматься не как нечто экзотическое или разовое, а как полноценный способ покупки товаров со своими преимуществами в виде широкого ассортимента, отсутствия необходимости тратить время на дорогу и возможности забрать товары из разных магазинов в одном месте в удобное для себя время или оформить доставку курьером.