

Онлайн-продажи. Осень 2022

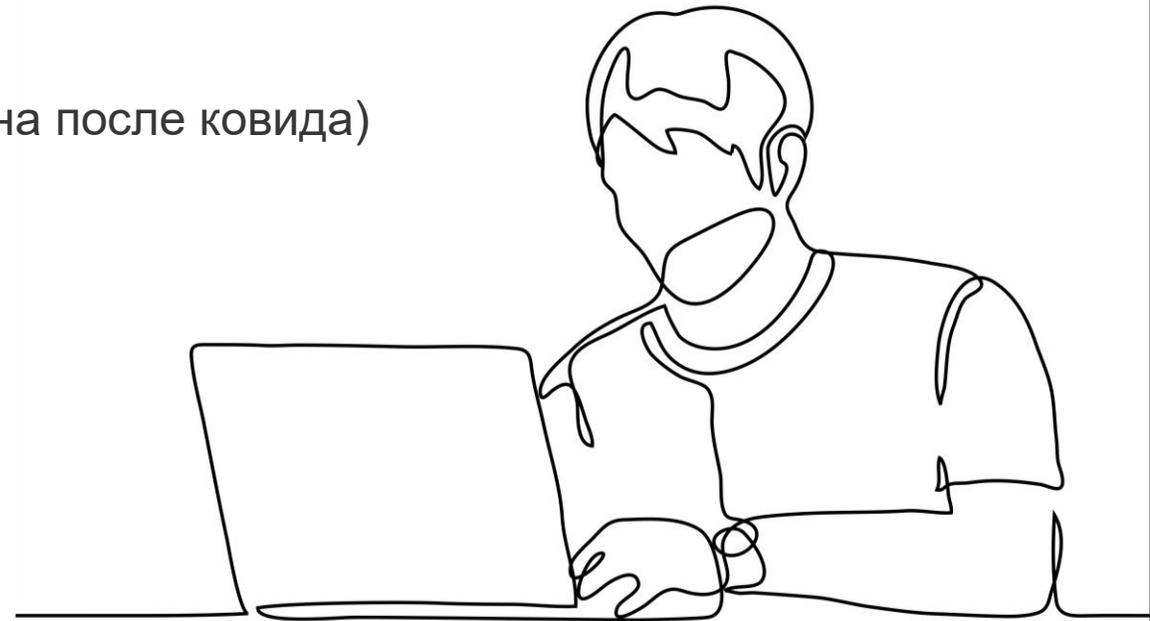
*Фёдор Вурин,
партнёр Data Insight*



Что влияет на потребительское поведение?

На изменение потребительского поведения влияют сразу несколько факторов:

- сокращение горизонта планирования
- сжатие рынка строительства и недвижимости
- сокращение образования
- рост объема удаленной работы (следующая волна после ковида)
- уход привычных брендов



Изменения в потребительском поведении

Весна

Ажиотаж онлайн-покупок в марте привел к снижению объема онлайн-покупок в дальнейшие месяцы (в апреле на спад идет весь рынок, в мае и июне продолжается спад в eGrocery).

Лето

Объем онлайн-покупок восстанавливается, рынок приходит в норму.

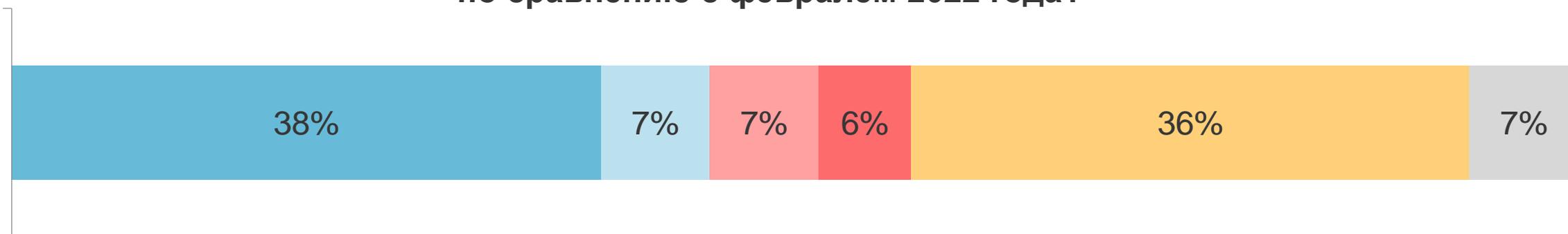
Осень

Ожидается очередное снижение онлайн-покупок из-за оттока части населения и нестабильной экономической ситуации.

Изменение среднего количества заказов

События 2022 года заметно повлияли на покупательское поведение: 38% стали совершать меньше покупок, в том числе онлайн, 25% в феврале 2022 совершали какие-либо покупки впрок.

Как изменилось среднее количество заказов в апреле-мае 2022 по сравнению с февралём 2022 года?



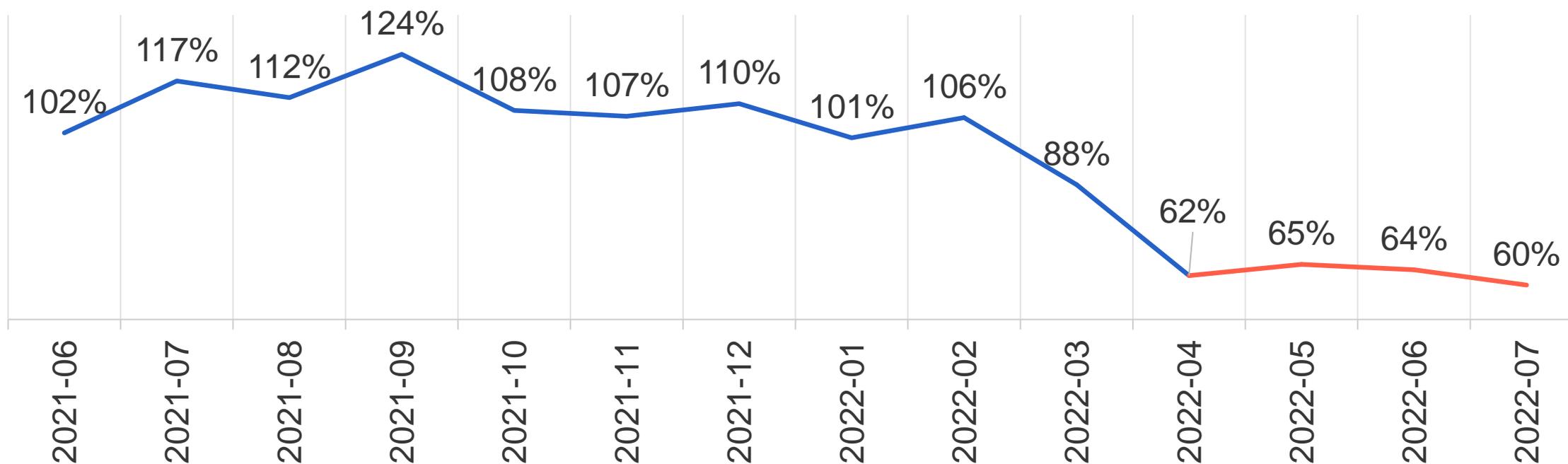
- Покупаю меньше, в том числе в интернет-магазинах
- Покупаю столько же, однако теперь больше в офлайне
- Ничего не изменилось
- Покупаю больше, в том числе в интернет-магазинах
- Покупаю столько же, однако теперь больше в онлайн
- Затрудняюсь ответить

Источник: [исследование «Самовывоз из ПВЗ и постаматов», Data Insight, июнь 2022](#)

Динамика онлайн-рынка

В апреле-июле 2022 покупателями было совершено на 60-65% (!) заказов больше, чем в 2021 г. Но до 24.02 скорость роста превышала 100% в год.

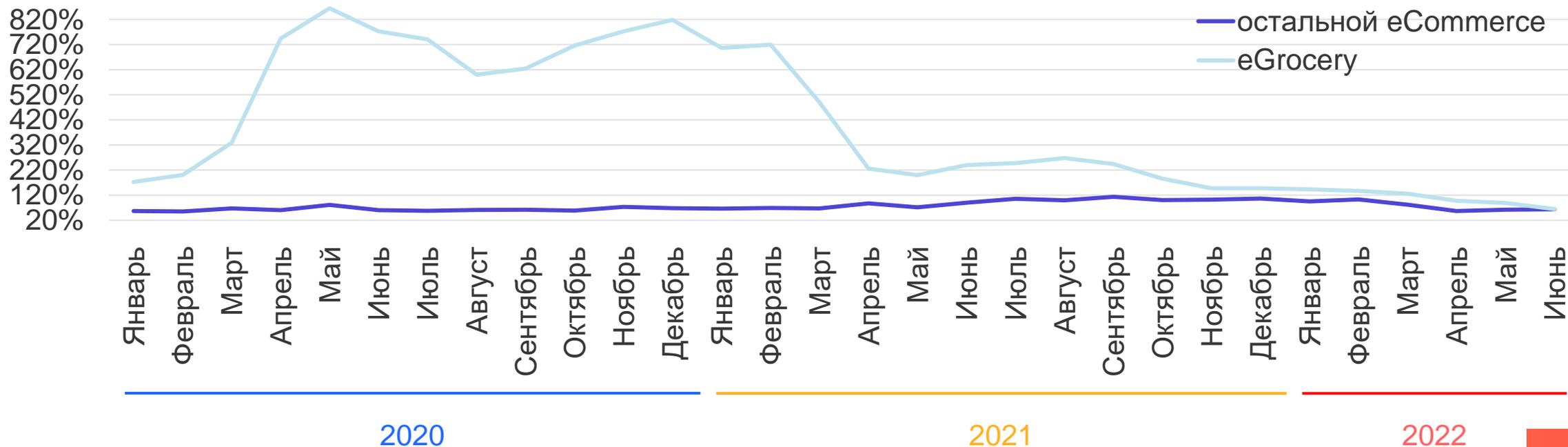
Рост количества онлайн-заказов в России год к году (без учета кроссбордера)



Темпы роста количества онлайн-заказов

В июне впервые с середины 2019 практически сравнялись темпы роста онлайн-заказов в продовольственном и непродовольственном сегментах — соответственно +65% и +64% год к году.

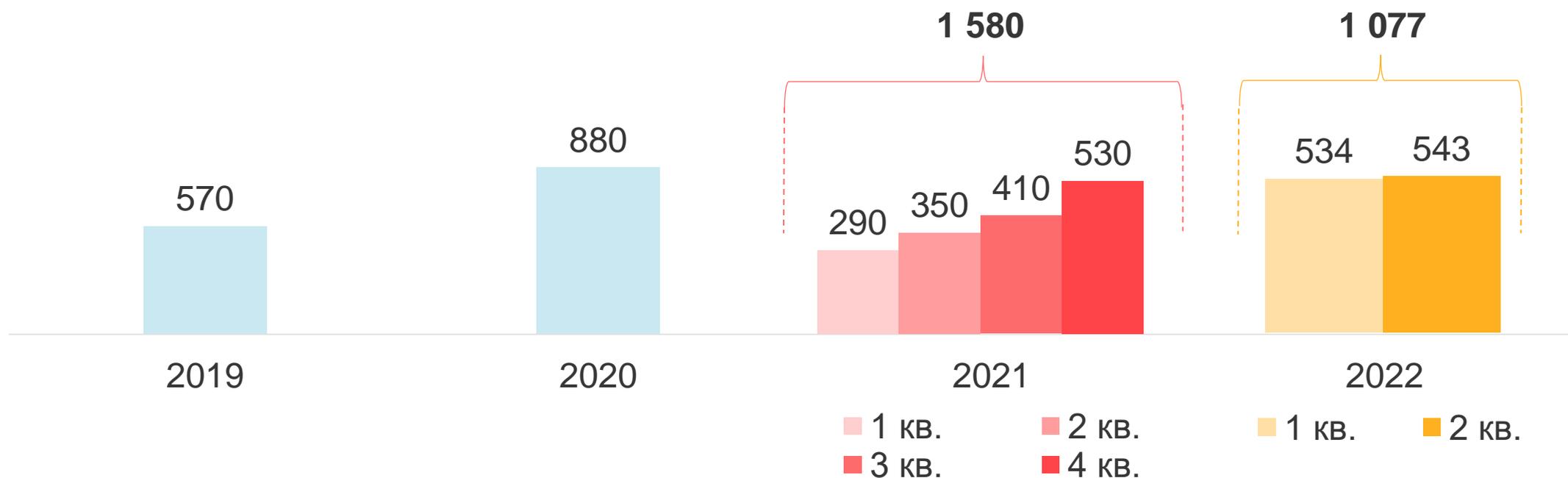
Темпы роста количества онлайн-заказов в %% к тому же месяцу год назад
(логарифмическая шкала)



Рынок логистики для eCommerce, 2019-22Q2

Рынок логистики для электронной коммерции растёт: так рост количества заказов в 2021 к 2020 составил 79%, рост в первом полугодии 2022 относительно того же периода 2021 – 68%.

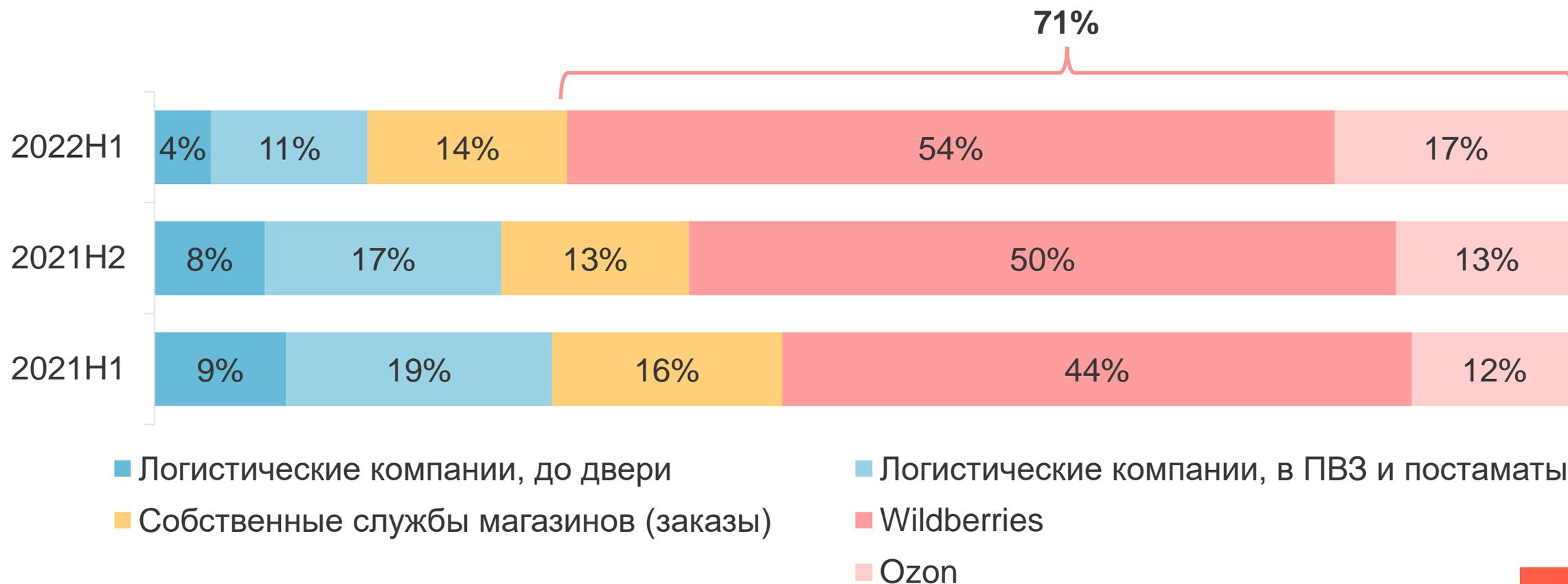
Количество заказов на рынке логистики для электронной торговли*, млн шт.



*Оценка количества заказов представлена с учётом заказов C2C и MLM. Оценка не включает заказы eGrosery.

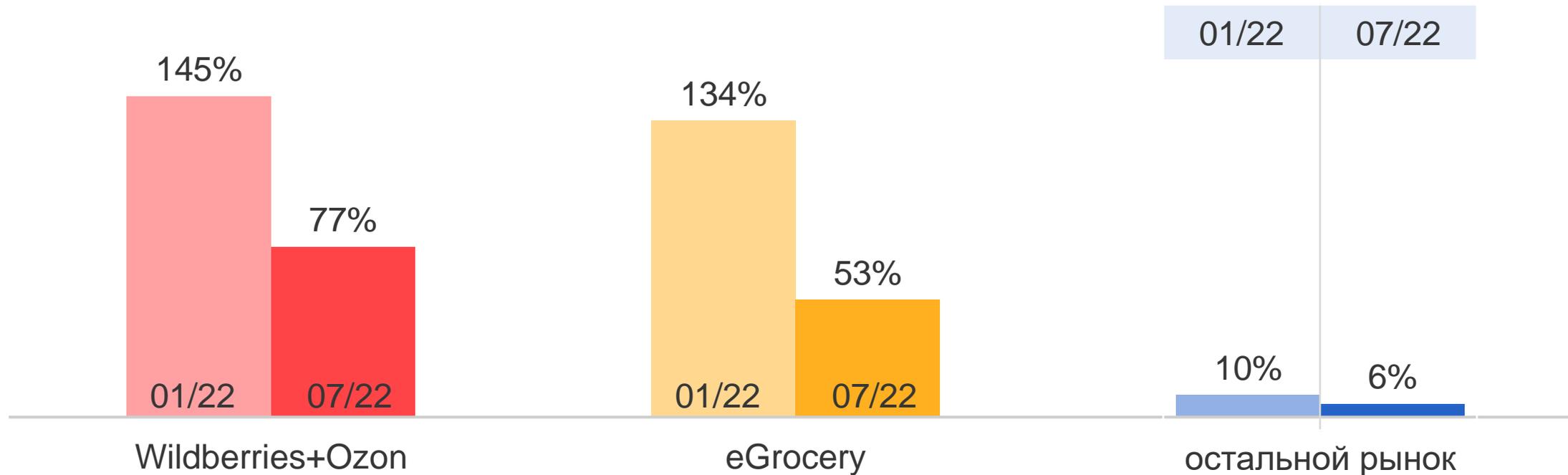
Каналы доставки на рынке: разбивка по полугодиям

Основными драйверами роста являются маркетплейсы: в первом полугодии 2022 года их доля по количеству заказов равна 71%.



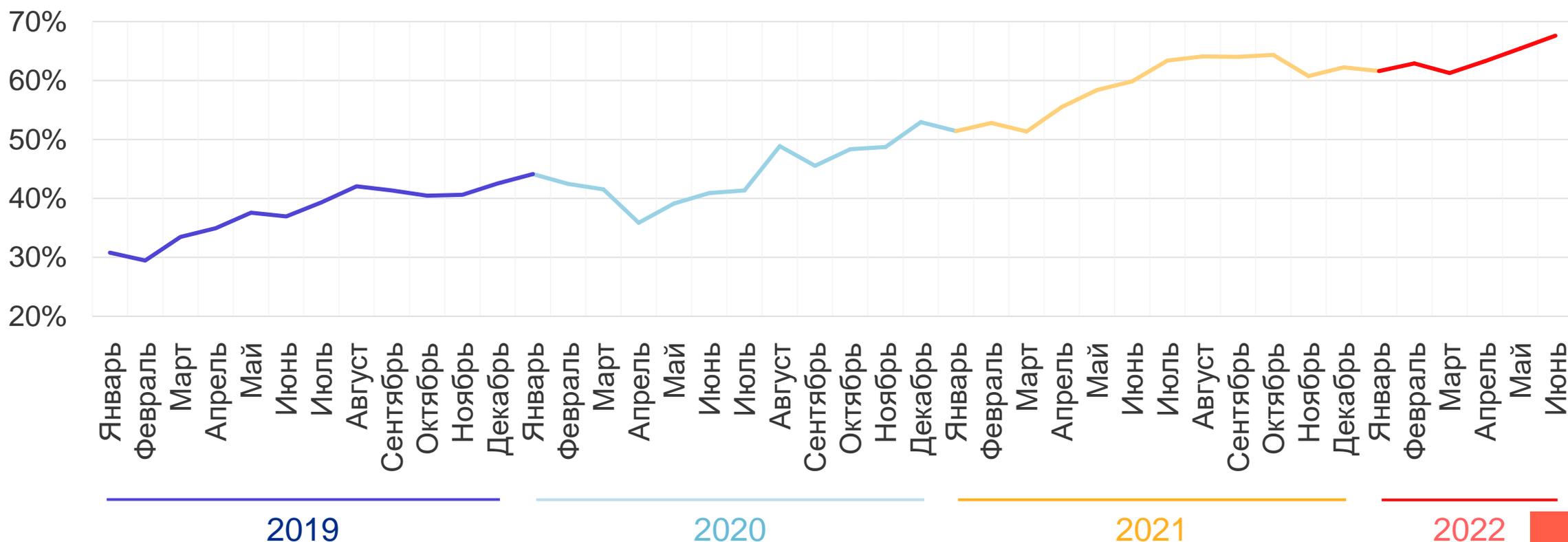
Рост количества заказов год к году: почти весь рост у маркетплейсов и в eGrocery

В сумме на WB и Ozon в июле пришлось 77% онлайн-заказов. Крупнейшие маркетплейсы и eGrocery растут на порядок быстрее остального онлайн-рынка – хотя темпы роста снизились везде.



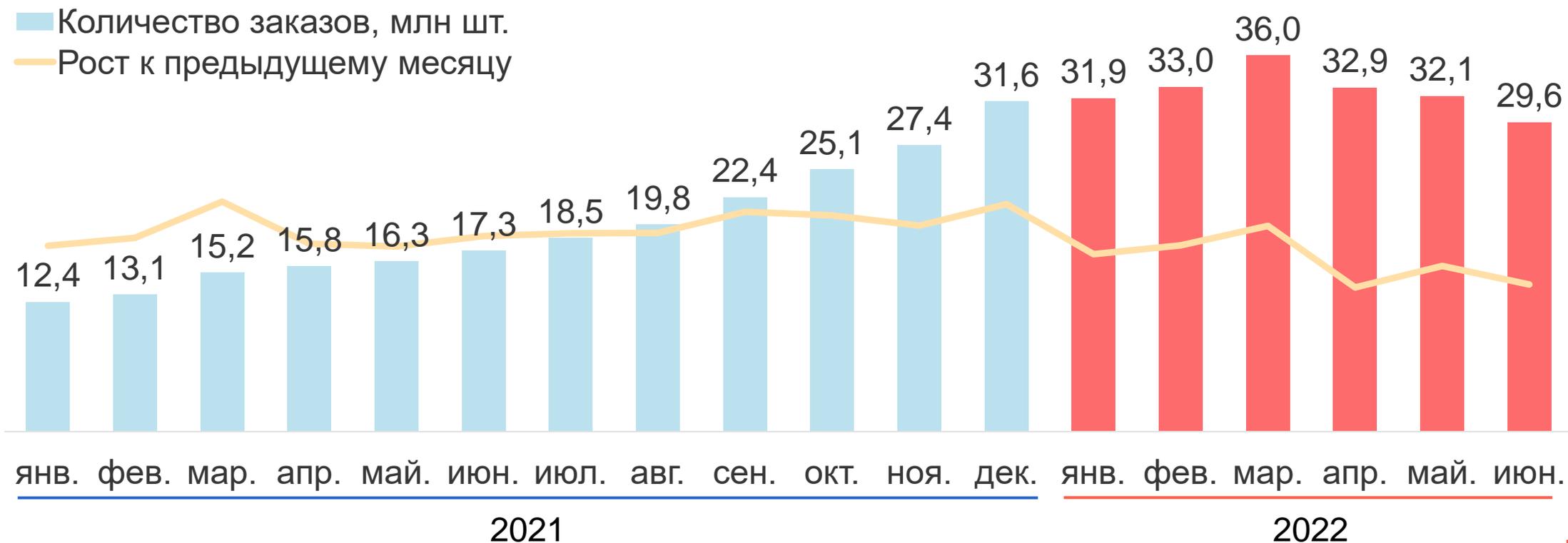
Доля Wildberries и Ozon от всех онлайн-заказов

В июне совокупная доля двух крупнейших маркетплейсов (Wildberries и Ozon) впервые в истории превысила 2/3 от всех онлайн-заказов и составила 68%, что на 8 процентных пунктов выше, чем год назад, и на 27 процентных пунктов выше, чем в июне 2020 года.

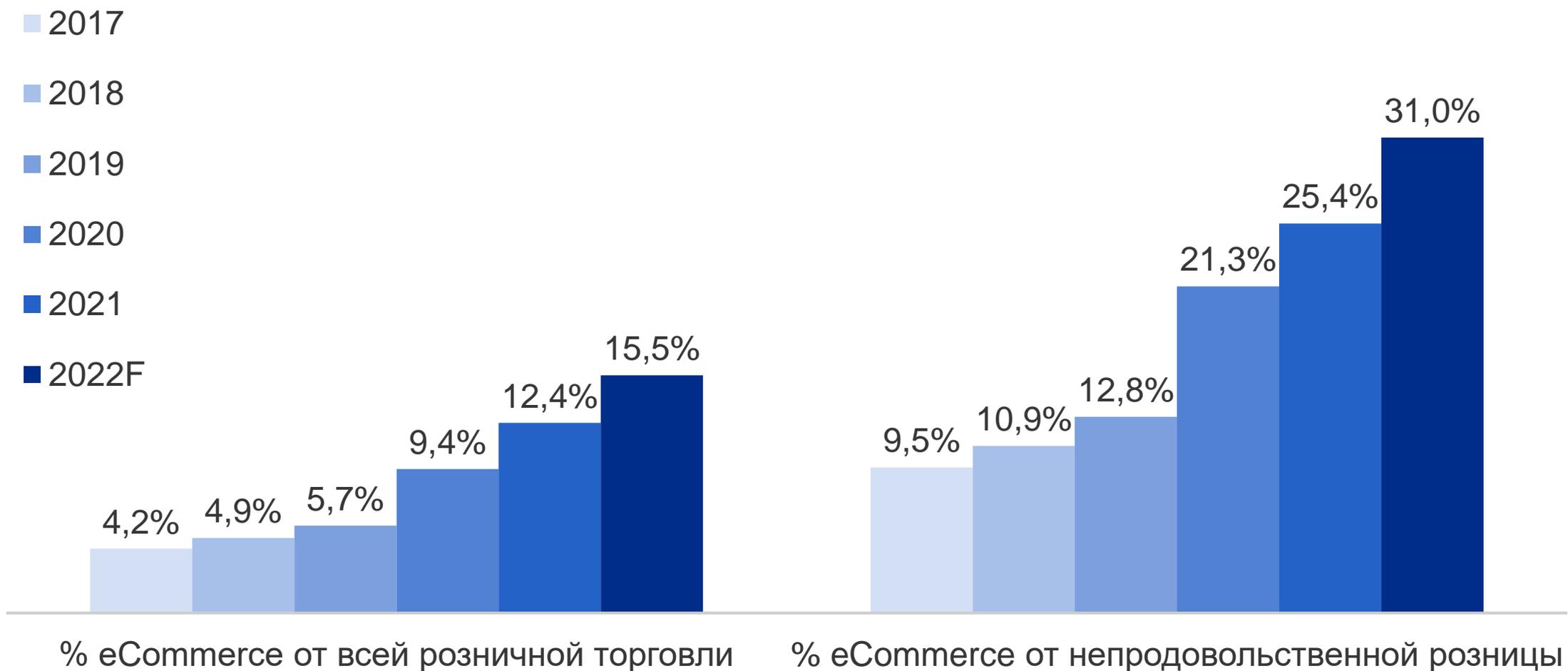


eGrosery: количество заказов, 2021-22

В тоже время наблюдаем рост заказов в сегменте eGrosery: количество заказов в январе-апреле 2022 года выше, чем в конце 2021 года.



Non-food: 3 из 10 рублей тратятся в онлайн



Оценки DI. Объем рынка розничной торговли – на основе данных Росстата за вычетом автомобилей и топлива

Драйверы роста доли онлайн-маркетплейсов

- **Сила брендов маркетплейсов**

Wildberries и Ozon – лидеры в nonFood-ритейле по количеству и частоте покупок и по объему продаж. Для многих – это место покупки «по умолчанию» (и уже даже реклама не нужна).

- **«Краудсорсинг» управления ассортиментом**

Десятки тысяч селлеров обеспечивают более полный и стабильный ассортимент, чем любая ритейл-команда + новые бренды и новые импортеры первым делом идут на маркетплейсы.

- **Частичная деградация офлайн-розницы**

Закрывание магазинов, сокращение ассортимента, непредсказуемость цен и ассортимента.

*от этого выигрывает весь еком,
а не только маркетплейсы*

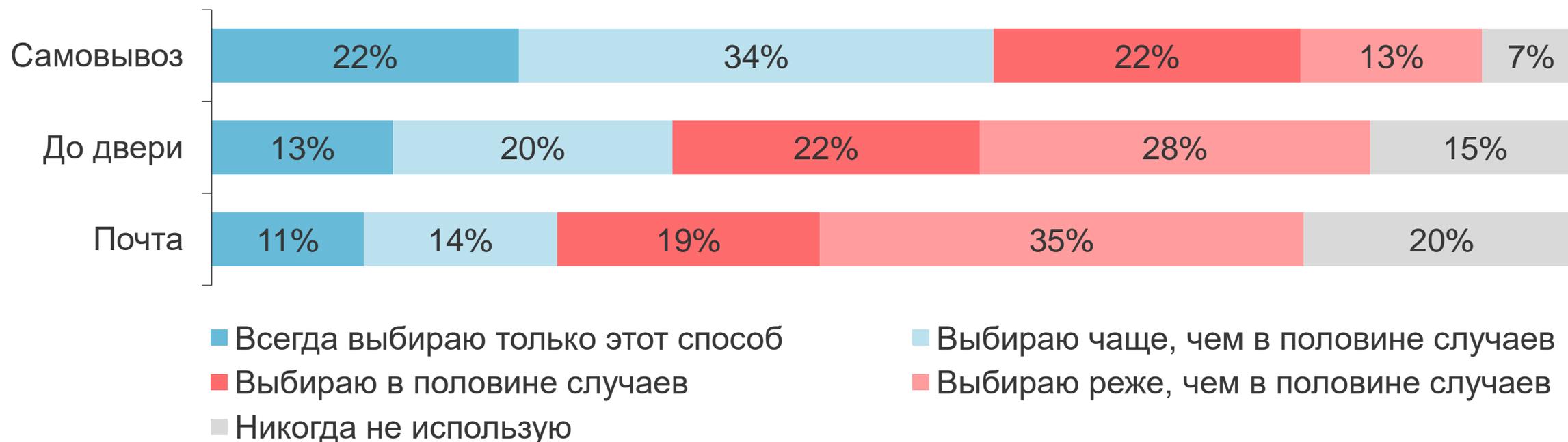
- **Доступность онлайн в офлайне**

Пример: количество точек (ПВЗ) Wildberries в 2,5 раза выше, чем совокупно у X5 и Магнита.

Популярность разных каналов доставки

Самовывоз — самый востребованный способ доставки. Его выбрали как основной 22% опрошенных. Почту всегда выбирает в 2 раза меньше покупателей, а доставку до двери — в 1,7 раза меньше.

Какой способ доставки Вы предпочитаете?



Источник: [исследование «Самовывоз из ПВЗ и постаматов», Data Insight, июнь 2022](#)

Тренды 2022-2023

(если не рассматривать катастрофические сценарии)

- снижение доли импульсных и премиальных покупок (и сезонный всплеск в конце года вероятно слабее обычного)
- дальнейший быстрый рост доли онлайн
- особенно быстрый рост онлайн-продаж там, где проникновение eCommerce еще невелико (например, товары для дома и ремонта, косметика)
- подвижность рынка в части распределения между брендами
- взрывной рост вложений в продвижение на маркетплейсах (работа с отзывами, оптимизация карточек товаров, SEO и реклама внутри маркетплейсов)
- концентрация онлайн-рынка (несколько маркетплейсов + в каждой категории один или несколько сильных специализированных омниканальных игроков)

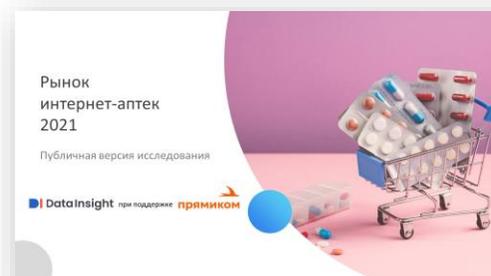
Публичные исследования Data Insight



Фулфилмент для интернет-торговли 2020



Доставка крупногабаритных товаров



Рынок интернет-аптек 2021



Топ-100 интернет-магазинов рейтинг 2021



Онлайн-рынок товаров для хобби и рукоделия 2021



Интернет-торговля в России 2021

Партнеры Data Insight



Data Insight

Data Insight - первое в России агентство, специализирующееся на **исследованиях** и **консалтинге** в области eCommerce и digital рынков.

Наши публичные **исследования** – datainsight.ru

Связаться с нами:



a@datainsight.ru



+7 (495) 540 59 06



datainsight.ru



[T.me/DataInsight](https://t.me/DataInsight)



[Vk.com/data_insight](https://vk.com/data_insight)



[YouTube](https://www.youtube.com/DataInsight)



[Dzen.ru/datainsight](https://dzen.ru/datainsight)