

Интернет-торговля в России 2024

datainsight.ru

DataInsight

при поддержке: GBS Альфа Банк

Партнеры исследования

boxberry

GBS

intensa

Logsis
логистический оператор

SalesFinder

Реклама. Рекламодатели: ООО «Боксберри софт», ООО «Глобальные Брокерские Решения», ООО «С-Файндер», ООО «Интенса Групп», ООО «Логсис Групп»

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Структура отчета

0 Ключевые цифры..... 4

1 Интернет-торговля в мире..... 16

2 Аудитория интернета в России..... 35

3 B2C-рынок в России..... 42

4 B2C: прогноз на 2024..... 51

5 Маркетплейсы..... 56

6 Рейтинг Топ-100 интернет-магазинов..... 66

7 Российский рынок eGrocery..... 82

8 Российский рынок ePharma..... 91

9 Логистика для рынка eCommerce..... 102

10 Digital Advertisers Barometer..... 109

11 Экосистема электронной торговли..... 117

12 Партнеры исследования..... 132

13 Источники данных для отчета..... 136

14 Data Insight..... 139

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

План выпуска публичных исследований в 2024 г.

1. Онлайн-торговля в Казахстане, 2023
2. Онлайн-рынок БАДов и витаминов, 2023
3. Фэшн: потребительский опыт и перспективы развития, 2024
4. Перспективы eCommerce-рынка Узбекистана – 2024 – Узнать больше
5. Экосистема электронной торговли 2024 – Узнать больше
6. Стратегия работы с логистикой 2024 для интернет-торговли
7. CRM. Механики программ лояльности

Подпишитесь на наши новости:



Подписаться

на рассылку

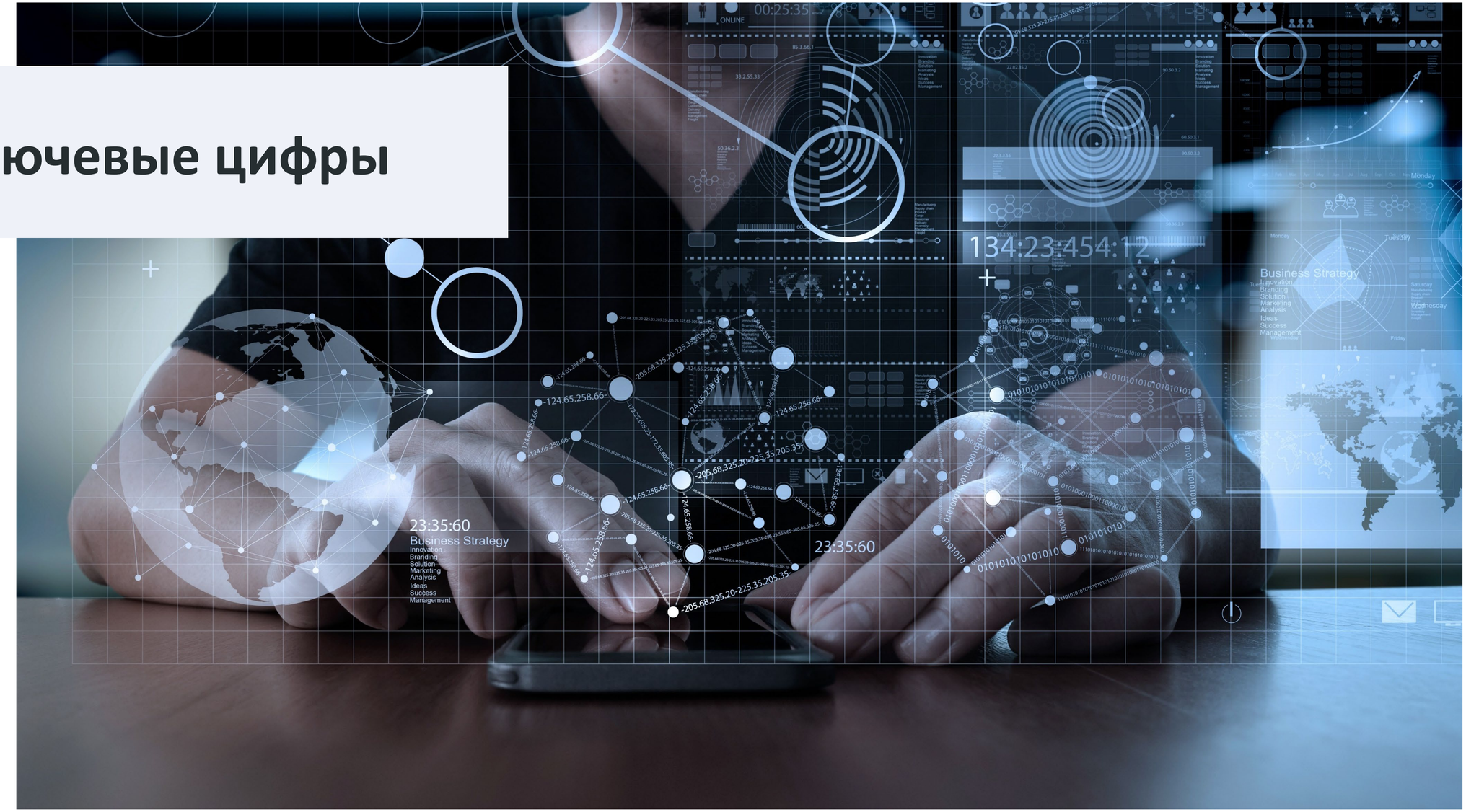


Читать

в Telegram

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Ключевые цифры



© ООО «Дейта Инсайт», 2024

0 Онлайн B2C в России, 2023

Интернет-торговля (B2C-торговля) – покупка материальных товаров через интернет, где под покупкой понимается заказ товара через сайт или мобильное приложение с устройства пользователя вне зависимости от способа оплаты и получения заказа. В указанные данные входят только заказы покупателей из России у российских продавцов (юридических лиц и ИП) и не включается трансграничная торговля (в обе стороны) и торговля между частными лицами. В объем рынка включаются только расходы покупателей на онлайн-покупки и их доставку (и не включаются доходы продавцов от иных услуг – рекламных, финансовых, складских и т.д.)

5,15 млрд
заказов
+80%

1 520 руб.
средний чек
-18%



Источник: данные Data Insight, март 2024.

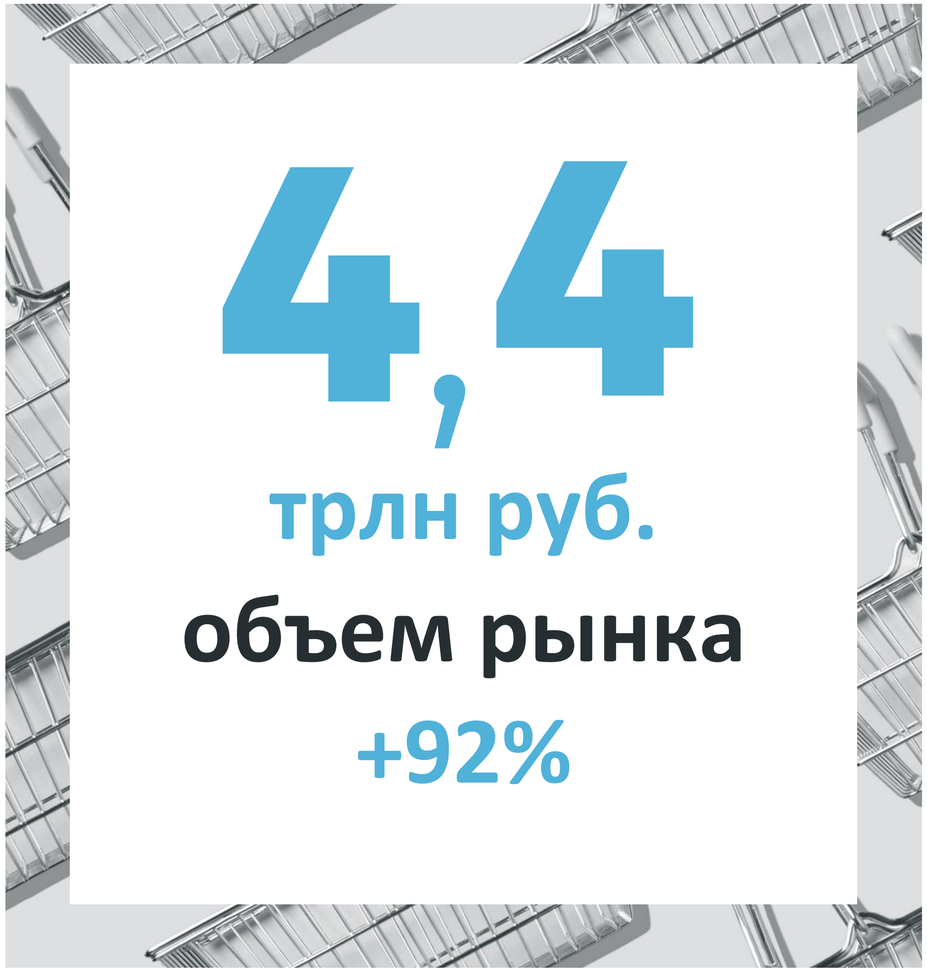
© ООО «Дейта Инсайт», 2024

0 Крупные универсальные маркетплейсы, 2023

Крупные универсальные маркетплейсы в России – учитываются площадки с оборотом более 100 млрд руб. в год, на которых представлены большинство товарных категорий, и у которых не менее четверти продаж осуществляется по модели маркетплейса. На декабрь 2023 г. это: Wildberries, Ozon, Яндекс Маркет и Мегамаркет.

4,03 млрд
заказов
+103%

1 090 руб.
средний чек
-6%



Источник: данные Data Insight, апрель 2024.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

0 / eGrocery в России, 2023

eGrocery включает продажи специализированных интернет-магазинов и специализированных служб доставки продуктов питания, в том числе заказы продуктов питания через службы доставки еды из ресторанов без учета несрочной доставки продуктов питания через универсальные и мультикатегорийные интернет-магазины и маркетплейсы.

607 млн

заказов

+48%

1 410 руб.

средний чек

+5%

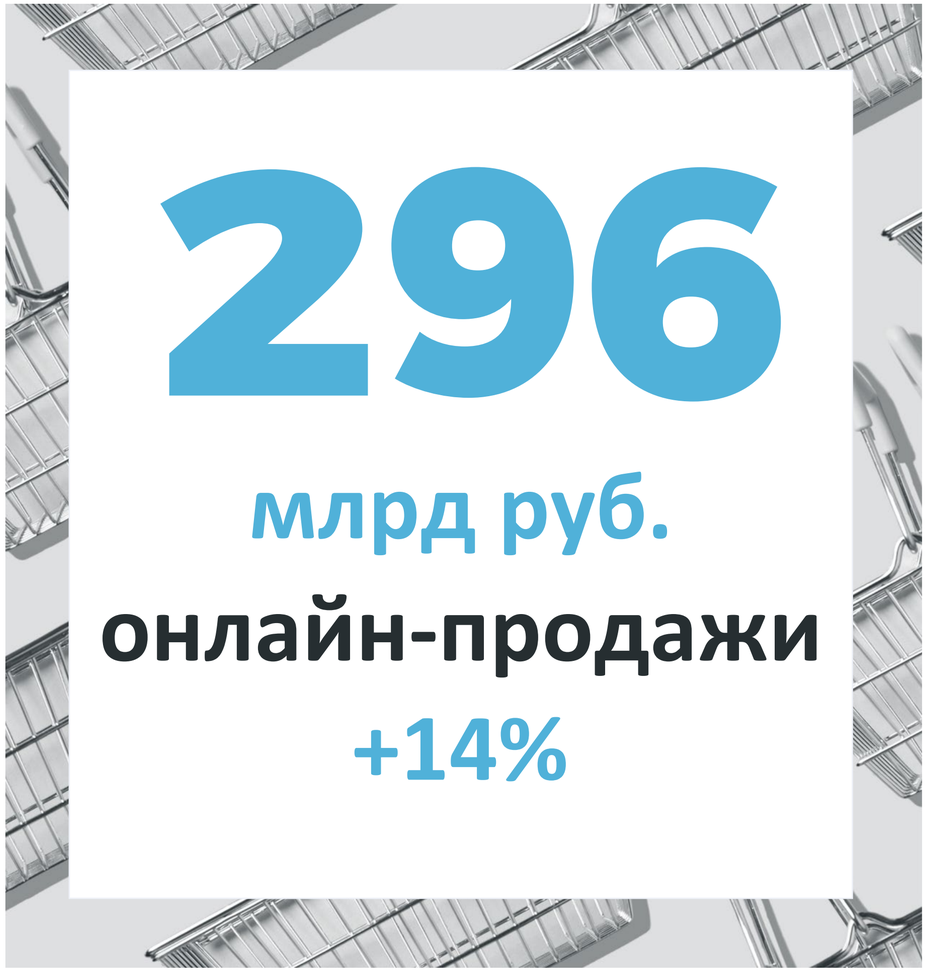


Источник: Data Insight, 2024: ежемесячный бюллетень eGrocery – datainsight.ru/eGrocery_february_2024

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

0 Рынок интернет-аптек, 2023

Аптечный онлайн-канал: включены интернет-магазины, специализирующиеся, в первую очередь, на продаже лекарственных средств. Не включены продажи аптечных товаров через маркетплейсы и интернет-магазины, специализирующиеся на продаже очков и линз, медицинского оборудования, БАДов и других нелекарственных товаров для здоровья. Статистика сегмента приводится по **89 интернет-аптекам**.



198 млн
заказов
+19%

1 500 руб.
средний чек
-5%

17%
доля ePharma от всего коммерческого рынка фармы

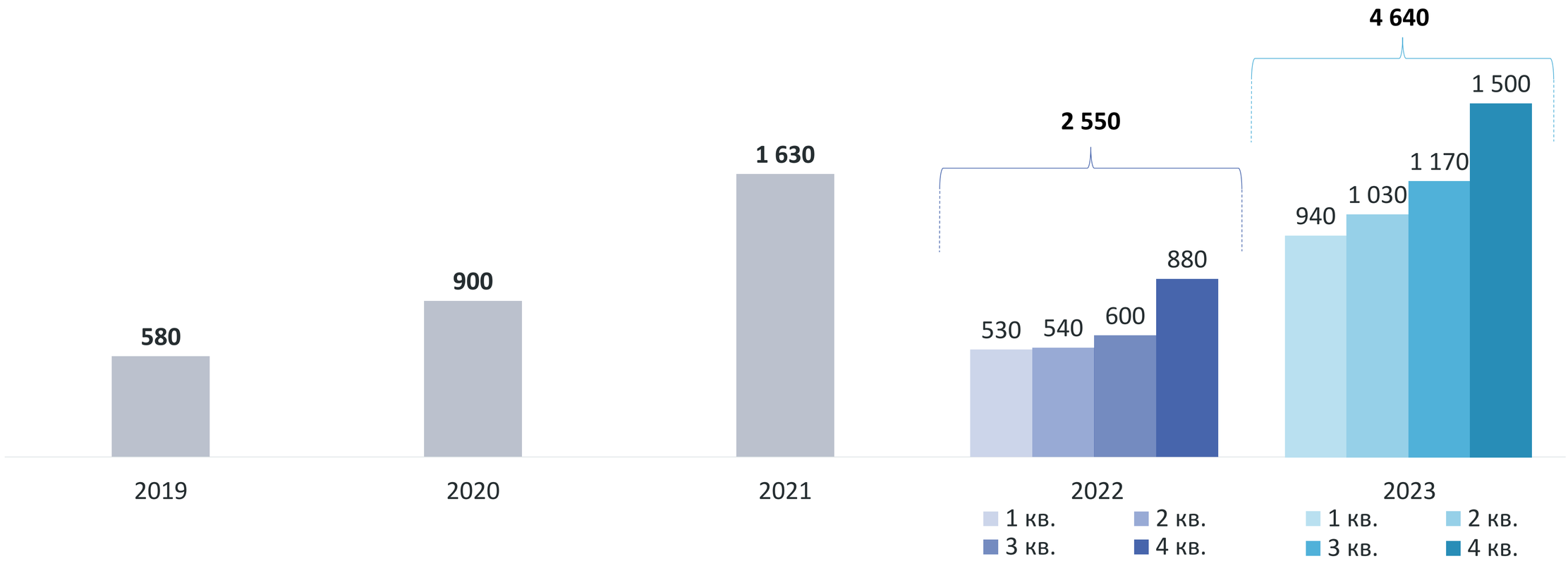
Источник: данные Data Insight, апрель 2024.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

0 Рынок логистики для eCommerce, 2023

В 2023 г. доставлено **более 4 640 млн отправлений**, рост относительно 2022 г. составил более 82%.

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



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

Источник: Data Insight, март 2024

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Реклама

Логистика без границ

GBS Import Cross-Border E-commerce:

сервис добавления на витрину товаров из-за рубежа под ключ, для магазинов и маркетплейсов



- Поиск поставщиков
- Выкуп товара
- Фулфилмент за рубежом
- Эквайринг

- «Первая миля»
- Экспресс-перевозка
- «Последняя миля»
- Таможенное оформление

Страны обслуживания:

- Китай
- Гонконг
- Турция
- ОАЭ
- Индия
- США
- Польша
- Великобритания и др.

www.gbs-broker.ru **b2c@gbs-broker.ru** **+7 495 790 58 85**

Рекламодатель ООО «Глобальные Брокерские Решения»

Интервью партнёра GBS



Илья Рисин,
генеральный директор GBS

Илья, вы предлагаете онлайн-магазинам добавить на свою витрину товары из-за рубежа. Почему вы считаете это предложение сегодня актуальным?

Мы привыкли думать о кроссбордере, как об iHerb, Asos и AliExpress. Это качественные, часто недоступные в России товары, которые, может быть, будут довольно долго ехать из другой страны. В 2022 году этот поток резко сократился, и трансграничная торговля «пересела» на мэилфорвардеров – специальные компании, выкупающие на адреса в странах покупки, и затем пересылающие товары в Россию.

Ситуация поменялась, когда на витрине Ozon Global появились товары из-за рубежа – это как раз случилось 2 года назад. Потребитель может в одну корзину положить товары с подмосковного склада и со склада в Донгуань, и они приедут в один и тот же ПВЗ, просто первый – завтра, а второй – через две-три недели. В этот момент потребителю не нужно задумываться о том, как организовать оплату и доставку выбранного товара – он это делает совершенно как обычно.

Вслед за Ozon о такой же модели задумались и другие ритейлеры. Как итог, рынок трансграничной торговли прямо сейчас перетекает из доставки из зарубежных магазинов в расширение витрины локальных маркетплейсов и магазинов товарами из-за рубежа со склада поставщика или производителя.

Рекламодатель ООО «Глобальные Брокерские Решения»

GBS: логистика без границ



> ***Любопытно. А как потребители относятся к тому, что доставка занимает несколько недель, а не дней?***

Потребители готовы ждать уникальный товар или уникальную цену указанное время, если это время будет им заранее примерно известно, и получение товаров будет удобным. Многие потребители уже делали покупки за рубежом на той или иной площадке, и имеют опыт как ожидания доставки, так и получения заказов на почте или в логистической компании. Важнейшим условием здесь является успешный опыт взаимодействия с магазином или маркетплейсом (опыт предыдущих покупок на этой площадке) и понятные, предсказуемые условия доставки.

> ***Ок, а зачем магазинам продавать товары из-за рубежа? Что это дает?***

В первую очередь – расширение ассортимента. В онлайн-магазине может быть представлено сегодня от нескольких десятков тысяч до нескольких миллионов товаров. Интеграция с международными площадками и продавцами может добавить магазину сразу миллионы SKU. Большинство из которых – длинный хвост, спрашиваемый достаточно редко.

Зачем это магазину? Он получает сразу огромную витрину и потребителей, которые переносят на него больше покупок, тем самым формируя у себя большую лояльность. Специализированный магазин может показать большую экспертизу в товаре, предложить покупателям более широкий выбор специализированного ассортимента. Для магазинов в тех сегментах, где важна полнота корзины (FMCG, детство, спорт и др.), нет необходимости формирования полной матрицы. Для всех без исключения магазинов – это возможность очень гибкого управления ассортиментом, например, для создания уникальных коньюнктурных акций.

Рекламодатель ООО «Глобальные Брокерские Решения»

GBS: логистика без границ

> ***Но это же приведет к конкуренции с собственным более маржинальным стоком магазина?***

Да, приведет. Как и любой вариант развития маркетплейса на площадке, где 1P конкурирует с любым 3P. Однако, в отличие от обычного маркетплейса, у товаров из-за рубежа принципиально разные условия доставки: это дольше, требует иногда уплаты таможенной пошлины, требует данных о покупателе. Потребительский паттерн для таких покупок сильно различается: условно, для покупки подарка на день рождения мы будем использовать локальный магазин. Таким образом, даже один и тот же потребитель в разные моменты предпочтет разные преимущества покупки: скорость, цена, упаковка, гарантия, сертификация и пр.

В этом смысле товары из других стран на витрине магазина не столько создают внутреннюю конкуренцию, которой легко управлять, сколько добавляют новые предложения для потребителя.

> ***Какие категории и товары из-за рубежа стоит выставлять на витрине?***

В первую очередь, конечно, ушедшие из России популярные бренды:

ZARA NIKE adidas H&M LEGO и другие

Эти товары имеют колоссальный спрос (поисковый) и сразу увеличивают посещаемость сайта / активность в приложении. Но если не смотреть на категорию А, то, фактически, нет никаких ограничений по тому, какие товары подключать к витрине, включая и новые бренды. Все добавленные товары расширяют предложение. Единственный правильный ориентир здесь – это ассортиментная политика, позиционирование магазина, его уникальный облик и уникальное торговое предложение.

Рекламодатель ООО «Глобальные Брокерские Решения»

GBS: логистика без границ



Из каких стран можно (и нужно) доставлять товары?

Правильнее сказать так: с какими странами быстрее и проще всего можно начать работу?

С какими странами работа будет наиболее стабильной?

На сегодняшний день – это

- **Китай**
- **Турция**
- **Индия**
- **ОАЭ**

Но это могут также быть и товары из **Европы** и **США** при условии возможности их легальной доставки в Россию в условиях санкций (под которые попадают премиальные товары дороже определенной суммы, товары двойного назначения и пр.).

Рекламодатель ООО «Глобальные Брокерские Решения»

GBS: логистика без границ

> ***Как выглядит схема: что нужно сделать, чтобы добавить на свою витрину товары из-за рубежа?***

Из моей практики самый распространенный путь построить бесшовную схему продажи зарубежных товаров в своем онлайн-магазине выглядит так:

1 Определяем товары и поставщиков

Для этого есть много вариантов от исследований до выставок и рекомендаций. Также можно воспользоваться предложениями компаний, у которых есть портфель поставщиков товаров и сформированы товарные фиды.

2 Определяем схему логистики и платежей

Весь объем задач здесь мы берем на себя, включая прием товаров от поставщиков на свои зарубежные склады (от одного товара до партии), сборку заказов, перевозку, таможенное оформление и прием таможенных пошлин, доставку заказов до получателей, при этом здесь есть довольно много деталей, которые влияют на скорость доставки, маржинальность, возможности интеграции, которые мы обсуждаем с заказчиком. На этом же этапе формируется пакет юридических документов для трансграничной торговли.

3 Строим схему интеграции витрины, поставщиков и логистики

На этом этапе определяется, как будет выглядеть пользовательский опыт трансграничного заказа на сайте магазина: насколько это будет прозрачно для пользователя, насколько это будет похоже на доместиковые заказы и пр., включая, например, то, как будет устроен сбор данных от пользователя для таможенного оформления.

4 Формируем дополнительные требования к упаковке товаров:

Брендирование, специальная упаковка, дополнительная техническая упаковка для транспортировки, вкладки в упаковку и т.д.

5 Формируем карточки товаров и контент

Это один из самых ресурсоемких процессов, и даже с автоматическим переводом карточек и заливкой шаблонов объем корректировок может быть очень значительным.

6 Тестируем несколько заказов

И запускаем продажи новых зарубежных товаров на своей витрине.

позвоните или напишите нам, чтобы получить бесплатную консультацию по открытию трансграничных продаж в вашем магазине

www.gbs-broker.ru **b2c@gbs-broker.ru** **+7 495 790 58 85**

Рекламодатель ООО «Глобальные Брокерские Решения»

Интернет-торговля в мире

- Ключевые рынки: страновой обзор
- Источники данных и примечания
- Сравнение рынков: крупнейшие рынки, самые быстрорастущие рынки
- Рейтинг маркетплейсов, 2023



© ООО «Дейта Инсайт», 2024

1 Ключевые рынки: Китай

1 425
Население 2023, млн чел.

76%
Проникновение интернета 2022



$13,2
ВВП на душу населения, 2023, тыс.

17,1%
Доля интернет-торговли в ВВП, 2023

$6 650
Конечное потребление домохозяйств, 2022, млрд

$3 020
Объем B2C интернет-торговли, 2023, млрд

#55 UNCTAD B2C eCommerce Index Ranking, 2020

#1 The Most Economically Influential Countries, 2023

#154 Index of Economic Freedom, 2023

#22 The Inclusive Internet Index, 2022

UNCTAD B2C eCommerce Index Ranking — индекс ЮНКТАД измеряет готовность экономики поддержать онлайн-покупки.

The Most Economically Influential Countries — рейтинг U. S. News основан на результатах опроса респондентов о том, какие страны они считают экономически влиятельными.

Index of Economic Freedom — индекс измеряет экономическую свободу на основе 12 количественных и качественных факторов.

The Inclusive Internet Index — индекс инклюзивности интернета, основан на оценке инфраструктуры, цен, локального контента, навыков населения, культурных факторов.

Источники: World Population Review, 2024; The World Bank, 2023; IMF, 2024; eMarketer, 2024; UNCTAD, 2020; U. S. News, 2024; The Heritage Foundation, 2024; The Economist Group, 2023.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

1 Ключевые рынки: США

335
Население 2023, млн чел.

92%
Проникновение интернета 2021



$83,1
ВВП на душу населения, 2023, тыс.

6,6%
Доля интернет-торговли в ВВП, 2023

$15 900
Конечное потребление домохозяйств, 2021, млрд

$1 160
Объем B2C интернет-торговли, 2023, млрд

#12 UNCTAD B2C eCommerce Index Ranking, 2020

#2 The Most Economically Influential Countries, 2023

#25 Index of Economic Freedom, 2023

#3 The Inclusive Internet Index, 2022

UNCTAD B2C eCommerce Index Ranking — индекс ЮНКТАД измеряет готовность экономики поддержать онлайн-покупки.

The Most Economically Influential Countries — рейтинг U. S. News основан на результатах опроса респондентов о том, какие страны они считают экономически влиятельными.

Index of Economic Freedom — индекс измеряет экономическую свободу на основе 12 количественных и качественных факторов.

The Inclusive Internet Index — индекс инклюзивности интернета, основан на оценке инфраструктуры, цен, локального контента, навыков населения, культурных факторов.

Источники: World Population Review, 2024; The World Bank, 2023; IMF, 2024; eMarketer, 2024; UNCTAD, 2020; U. S. News, 2024; The Heritage Foundation, 2024; The Economist Group, 2023.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

1 Ключевые рынки: Япония

124
Население 2023, млн чел.

83%
Проникновение интернета 2021



$34,6
ВВП на душу населения, 2023, тыс.

4,6%
Доля интернет-торговли в ВВП, 2023

$2 350
Конечное потребление домохозяйств, 2022, млрд

$193
Объем B2C интернет-торговли, 2023, млрд

#20 UNCTAD B2C eCommerce Index Ranking, 2020

#4 The Most Economically Influential Countries, 2023

#31 Index of Economic Freedom, 2023

#21 The Inclusive Internet Index, 2022

UNCTAD B2C eCommerce Index Ranking — индекс ЮНКТАД измеряет готовность экономики поддержать онлайн-покупки.

The Most Economically Influential Countries — рейтинг U. S. News основан на результатах опроса респондентов о том, какие страны они считают экономически влиятельными.

Index of Economic Freedom — индекс измеряет экономическую свободу на основе 12 количественных и качественных факторов.

The Inclusive Internet Index — индекс инклюзивности интернета, основан на оценке инфраструктуры, цен, локального контента, навыков населения, культурных факторов.

Источники: World Population Review, 2024; The World Bank, 2023; IMF, 2024; eMarketer, 2024; UNCTAD, 2020; U. S. News, 2024; The Heritage Foundation, 2024; The Economist Group, 2023.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

1 Ключевые рынки: Великобритания

67
Население 2023, млн чел.

97%
Проникновение интернета 2021



$52,4
ВВП на душу населения, 2023, тыс.

5,9%
Доля интернет-торговли в ВВП, 2023

$1 910
Конечное потребление домохозяйств, 2022, млрд

$196
Объем B2C интернет-торговли, 2023, млрд

#5 UNCTAD B2C eCommerce Index Ranking, 2020

#3 The Most Economically Influential Countries, 2023

#28 Index of Economic Freedom, 2023

#5 The Inclusive Internet Index, 2022

UNCTAD B2C eCommerce Index Ranking — индекс ЮНКТАД измеряет готовность экономики поддержать онлайн-покупки.

The Most Economically Influential Countries — рейтинг U. S. News основан на результатах опроса респондентов о том, какие страны они считают экономически влиятельными.

Index of Economic Freedom — индекс измеряет экономическую свободу на основе 12 количественных и качественных факторов.

The Inclusive Internet Index — индекс инклюзивности интернета, основан на оценке инфраструктуры, цен, локального контента, навыков населения, культурных факторов.

Источники: World Population Review, 2024; The World Bank, 2023; IMF, 2024; eMarketer, 2024; UNCTAD, 2020; U. S. News, 2024; The Heritage Foundation, 2024; The Economist Group, 2023.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

1 Ключевые рынки: Германия

84
Население 2023, млн чел.

92%
Проникновение интернета 2022



$54,0
ВВП на душу населения, 2023, тыс.

2,2%
Доля интернет-торговли в ВВП, 2023

$2 080
Конечное потребление домохозяйств, 2022, млрд

$97
Объем B2C интернет-торговли, 2023, млрд

#6 UNCTAD B2C eCommerce Index Ranking, 2020

#6 The Most Economically Influential Countries, 2023

#14 Index of Economic Freedom, 2023

#14 The Inclusive Internet Index, 2022

UNCTAD B2C eCommerce Index Ranking — индекс ЮНКТАД измеряет готовность экономики поддержать онлайн-покупки.

The Most Economically Influential Countries — рейтинг U. S. News основан на результатах опроса респондентов о том, какие страны они считают экономически влиятельными.

Index of Economic Freedom — индекс измеряет экономическую свободу на основе 12 количественных и качественных факторов.

The Inclusive Internet Index — индекс инклюзивности интернета, основан на оценке инфраструктуры, цен, локального контента, навыков населения, культурных факторов.

Источники: World Population Review, 2024; The World Bank, 2023; IMF, 2024; eMarketer, 2024; UNCTAD, 2020; U. S. News, 2024; The Heritage Foundation, 2024; The Economist Group, 2023.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

1 Ключевые рынки: Южная Корея

52
Население 2023, млн чел.

97%
Проникновение интернета 2022



$34,7
ВВП на душу населения, 2023, тыс.

8,6%
Доля интернет-торговли в ВВП, 2023

$800
Конечное потребление домохозяйств, 2022, млрд

$147
Объем B2C интернет-торговли, 2023, млрд

#18 UNCTAD B2C eCommerce Index Ranking, 2020

#11 The Most Economically Influential Countries, 2023

#15 Index of Economic Freedom, 2023

#2 The Inclusive Internet Index, 2022

UNCTAD B2C eCommerce Index Ranking — индекс ЮНКТАД измеряет готовность экономики поддержать онлайн-покупки.

The Most Economically Influential Countries — рейтинг U. S. News основан на результатах опроса респондентов о том, какие страны они считают экономически влиятельными.

Index of Economic Freedom — индекс измеряет экономическую свободу на основе 12 количественных и качественных факторов.

The Inclusive Internet Index — индекс инклюзивности интернета, основан на оценке инфраструктуры, цен, локального контента, навыков населения, культурных факторов.

Источники: World Population Review, 2024; The World Bank, 2023; IMF, 2024; eMarketer, 2024; UNCTAD, 2020; U. S. News, 2024; The Heritage Foundation, 2024; The Economist Group, 2023.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

1 Ключевые рынки: Франция

68
Население 2023, млн чел.

85%
Проникновение интернета 2022



$48,2
ВВП на душу населения, 2023, тыс.

2,6%
Доля интернет-торговли в ВВП, 2023

$1 480
Конечное потребление домохозяйств, 2022, млрд

$79
Объем B2C интернет-торговли, 2023, млрд

#17 UNCTAD B2C eCommerce Index Ranking, 2020

#9 The Most Economically Influential Countries, 2023

#57 Index of Economic Freedom, 2023

#4 The Inclusive Internet Index, 2022

UNCTAD B2C eCommerce Index Ranking — индекс ЮНКТАД измеряет готовность экономики поддержать онлайн-покупки.

The Most Economically Influential Countries — рейтинг U. S. News основан на результатах опроса респондентов о том, какие страны они считают экономически влиятельными.

Index of Economic Freedom — индекс измеряет экономическую свободу на основе 12 количественных и качественных факторов.

The Inclusive Internet Index — индекс инклюзивности интернета, основан на оценке инфраструктуры, цен, локального контента, навыков населения, культурных факторов.

Источники: World Population Review, 2024; The World Bank, 2023; IMF, 2024; eMarketer, 2024; UNCTAD, 2020; U. S. News, 2024; The Heritage Foundation, 2024; The Economist Group, 2023.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

1 Ключевые рынки: Индия

1 429
Население 2023, млн чел.

46%
Проникновение интернета 2022



$2,9
ВВП на душу населения, 2023, тыс.

3,2%
Доля интернет-торговли в ВВП, 2023

$2 070
Конечное потребление домохозяйств, 2022, млрд

$119
Объем B2C интернет-торговли, 2023, млрд

#71 UNCTAD B2C eCommerce Index Ranking, 2020

#16 The Most Economically Influential Countries, 2023

#131 Index of Economic Freedom, 2023

#50 The Inclusive Internet Index, 2022

UNCTAD B2C eCommerce Index Ranking — индекс ЮНКТАД измеряет готовность экономики поддержать онлайн-покупки.

The Most Economically Influential Countries — рейтинг U. S. News основан на результатах опроса респондентов о том, какие страны они считают экономически влиятельными.

Index of Economic Freedom — индекс измеряет экономическую свободу на основе 12 количественных и качественных факторов.

The Inclusive Internet Index — индекс инклюзивности интернета, основан на оценке инфраструктуры, цен, локального контента, навыков населения, культурных факторов.

Источники: World Population Review, 2024; The World Bank, 2023; IMF, 2024; eMarketer, 2024; UNCTAD, 2020; U. S. News, 2024; The Heritage Foundation, 2024; The Economist Group, 2023.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

1 Ключевые рынки: Россия





$13,7
ВВП на душу населения, 2023, тыс.

4,6%
Доля интернет-торговли в ВВП, 2023*

$1 080
Конечное потребление домохозяйств, 2022, млрд

$92
Объем B2C интернет-торговли, 2023, млрд*

#41 UNCTAD B2C eCommerce Index Ranking, 2020

#7 The Most Economically Influential Countries, 2023

#125 Index of Economic Freedom, 2023

#30 The Inclusive Internet Index, 2022

UNCTAD B2C eCommerce Index Ranking — индекс ЮНКТАД измеряет готовность экономики поддержать онлайн-покупки.

The Most Economically Influential Countries — рейтинг U. S. News основан на результатах опроса респондентов о том, какие страны они считают экономически влиятельными.

Index of Economic Freedom — индекс измеряет экономическую свободу на основе 12 количественных и качественных факторов.

The Inclusive Internet Index — индекс инклюзивности интернета, основан на оценке инфраструктуры, цен, локального контента, навыков населения, культурных факторов.

*Оценки Data Insight, апрель 2024.

Источники: World Population Review, 2024; The World Bank, 2023; IMF, 2023; UNCTAD, 2020; U. S. News, 2024; The Heritage Foundation, 2024; The Economist Group, 2023.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

1 Ключевые рынки: Индонезия

274
Население 2023, млн чел.

66%
Проникновение интернета 2022



$5,5
ВВП на душу населения, 2023, тыс.

6,9%
Доля интернет-торговли в ВВП, 2023

$700
Конечное потребление домохозяйств, 2022, млрд

$97
Объем B2C интернет-торговли, 2023, млрд

#83 UNCTAD B2C eCommerce Index Ranking, 2020

#36 The Most Economically Influential Countries, 2023

#60 Index of Economic Freedom, 2023

#47 The Inclusive Internet Index, 2022

UNCTAD B2C eCommerce Index Ranking — индекс ЮНКТАД измеряет готовность экономики поддержать онлайн-покупки.

The Most Economically Influential Countries — рейтинг U. S. News основан на результатах опроса респондентов о том, какие страны они считают экономически влиятельными.

Index of Economic Freedom — индекс измеряет экономическую свободу на основе 12 количественных и качественных факторов.

The Inclusive Internet Index — индекс инклюзивности интернета, основан на оценке инфраструктуры, цен, локального контента, навыков населения, культурных факторов.

Источники: World Population Review, 2024; The World Bank, 2023; IMF, 2024; eMarketer, 2024; UNCTAD, 2020; U. S. News, 2024; The Heritage Foundation, 2024; The Economist Group, 2023.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

1 Ключевые рынки: Бразилия

216
Население 2023, млн чел.

81%
Проникновение интернета 2022



$11,0
ВВП на душу населения, 2023, тыс.

1,1%
Доля интернет-торговли в ВВП, 2023

$1 210
Конечное потребление домохозяйств, 2022, млрд

$44
Объем B2C интернет-торговли, 2023, млрд

#62 UNCTAD B2C eCommerce Index Ranking, 2020

#20 The Most Economically Influential Countries, 2023

#127 Index of Economic Freedom, 2023

#23 The Inclusive Internet Index, 2022

UNCTAD B2C eCommerce Index Ranking — индекс ЮНКТАД измеряет готовность экономики поддержать онлайн-покупки.

The Most Economically Influential Countries — рейтинг U. S. News основан на результатах опроса респондентов о том, какие страны они считают экономически влиятельными.

Index of Economic Freedom — индекс измеряет экономическую свободу на основе 12 количественных и качественных факторов.

The Inclusive Internet Index — индекс инклюзивности интернета, основан на оценке инфраструктуры, цен, локального контента, навыков населения, культурных факторов.

Источники: World Population Review, 2024; The World Bank, 2023; IMF, 2024; eMarketer, 2024; UNCTAD, 2020; U. S. News, 2024; The Heritage Foundation, 2024; The Economist Group, 2023.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

1 Ключевые рынки: Польша

36
Население 2022, млн чел.

87%
Проникновение интернета 2022



$23,4
ВВП на душу населения, 2023, тыс.

1,9%
Доля интернет-торговли в ВВП, 2023

$400
Конечное потребление домохозяйств, 2022, млрд

$33
Объем B2C интернет-торговли, 2023, млрд

#28 UNCTAD B2C eCommerce Index Ranking, 2020

#42 The Most Economically Influential Countries, 2023

#40 Index of Economic Freedom, 2023

#16 The Inclusive Internet Index, 2022

UNCTAD B2C eCommerce Index Ranking — индекс ЮНКТАД измеряет готовность экономики поддержать онлайн-покупки.

The Most Economically Influential Countries — рейтинг U. S. News основан на результатах опроса респондентов о том, какие страны они считают экономически влиятельными.

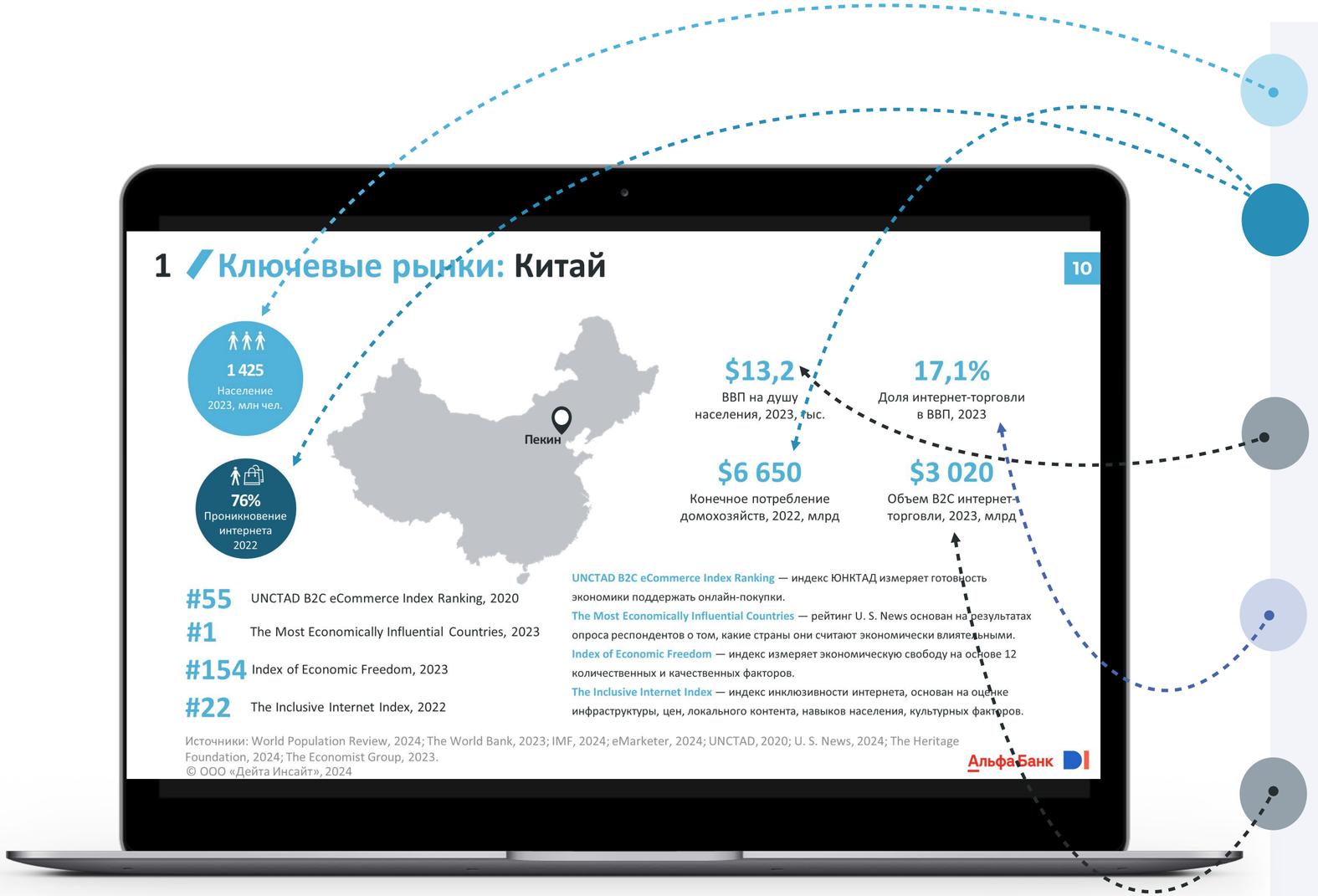
Index of Economic Freedom — индекс измеряет экономическую свободу на основе 12 количественных и качественных факторов.

The Inclusive Internet Index — индекс инклюзивности интернета, основан на оценке инфраструктуры, цен, локального контента, навыков населения, культурных факторов.

Источники: World Population Review, 2024; The World Bank, 2023; IMF, 2024; eMarketer, 2024; UNCTAD, 2020; U. S. News, 2024; The Heritage Foundation, 2024; The Economist Group, 2023.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

1 Источники данных и примечания



World Population Review, 2024:

Население, совокупное.

The World Bank, 2024:

1. Лица, пользующиеся интернетом (% населения), данные ITU.
2. Конечное потребление домохозяйств и некоммерческих учреждений, обслуживающих домохозяйства.

International Monetary Fund, 2024:

ВВП (номинальный) на душу населения в 2023.

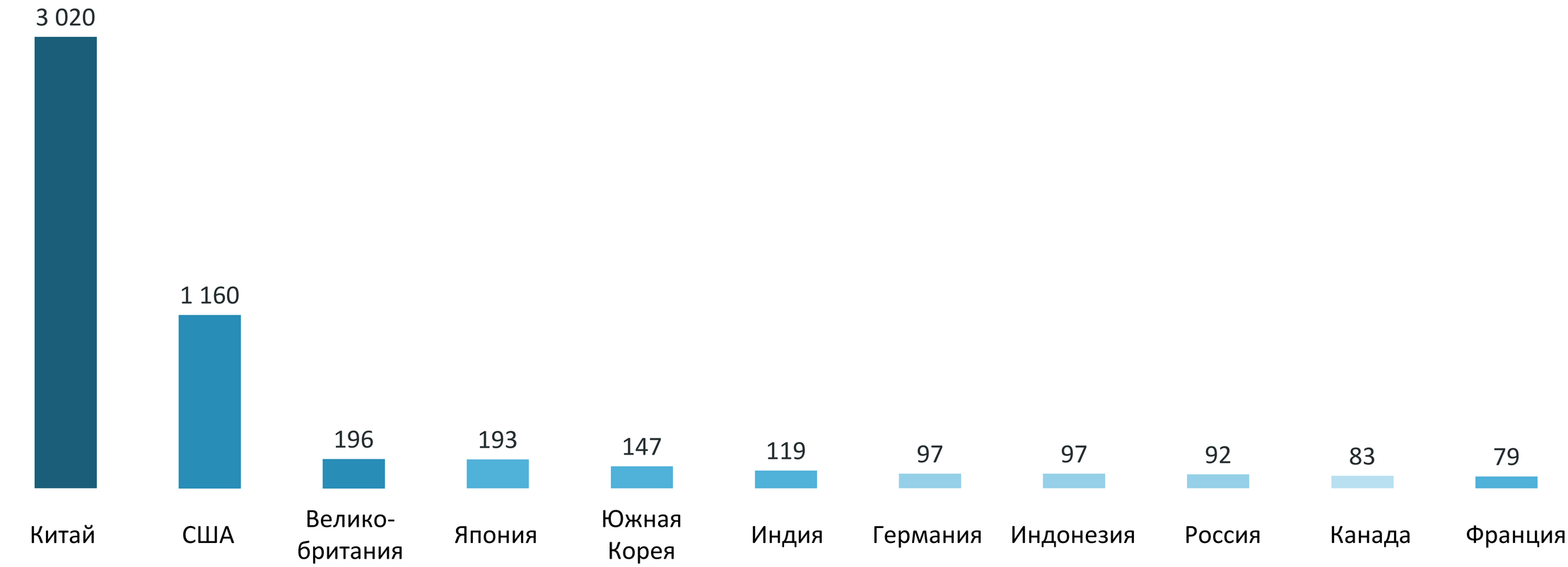
Расчеты **Data Insight (апрель 2024)** на основе оценок объема B2C интернет-торговли (см. ниже) и данных IMF по номинальному объему ВВП.

Россия – оценка Data Insight, апрель 2024;
Остальные страны – оценка Data Insight на основе данных Statista, eMarketer и других источников, март 2024.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

1 Сравнение рынков: крупнейшие рынки

Ведущие страны мира в области розничной электронной торговли по объему продаж в 2023, млрд дол.

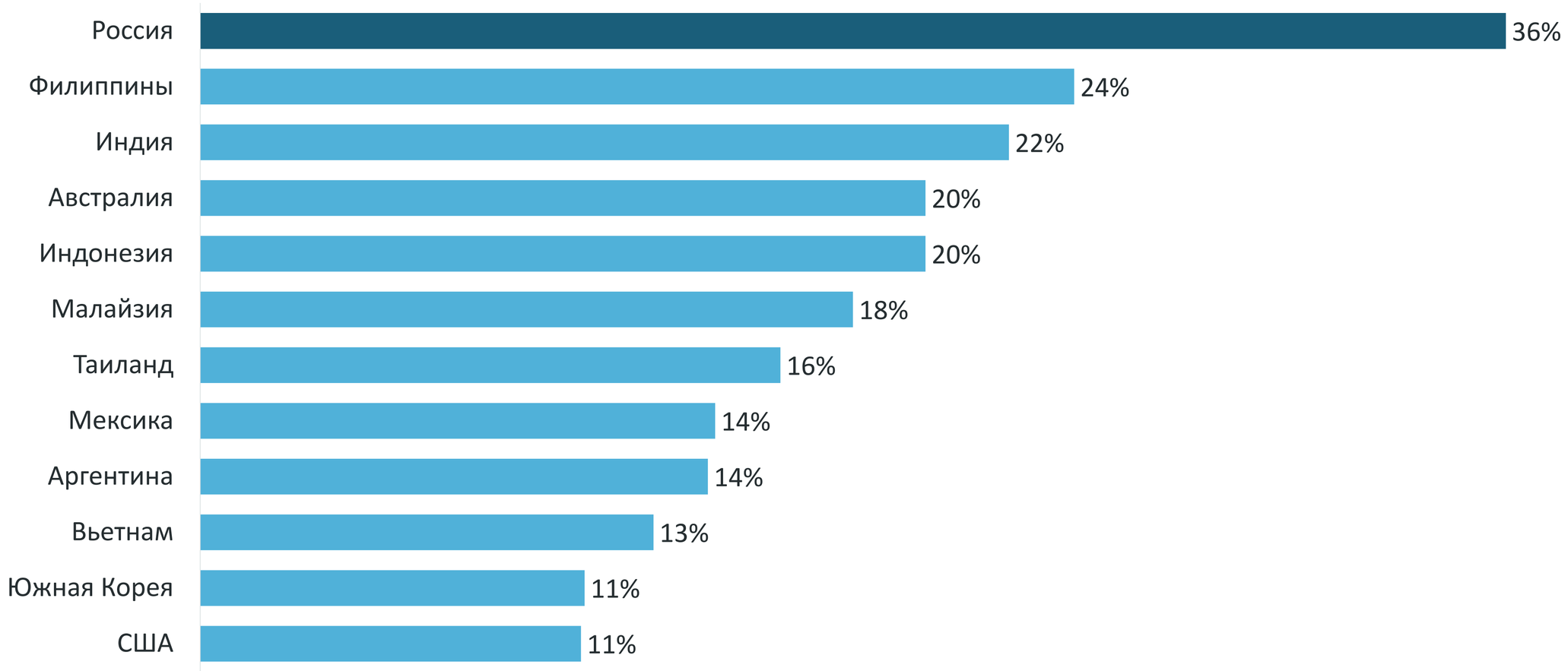


Источник: Statista, 2024; eMarketer, 2024.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

1 Сравнение рынков: самые быстрорастущие рынки

Топ стран по росту розничных онлайн-продаж в 2023



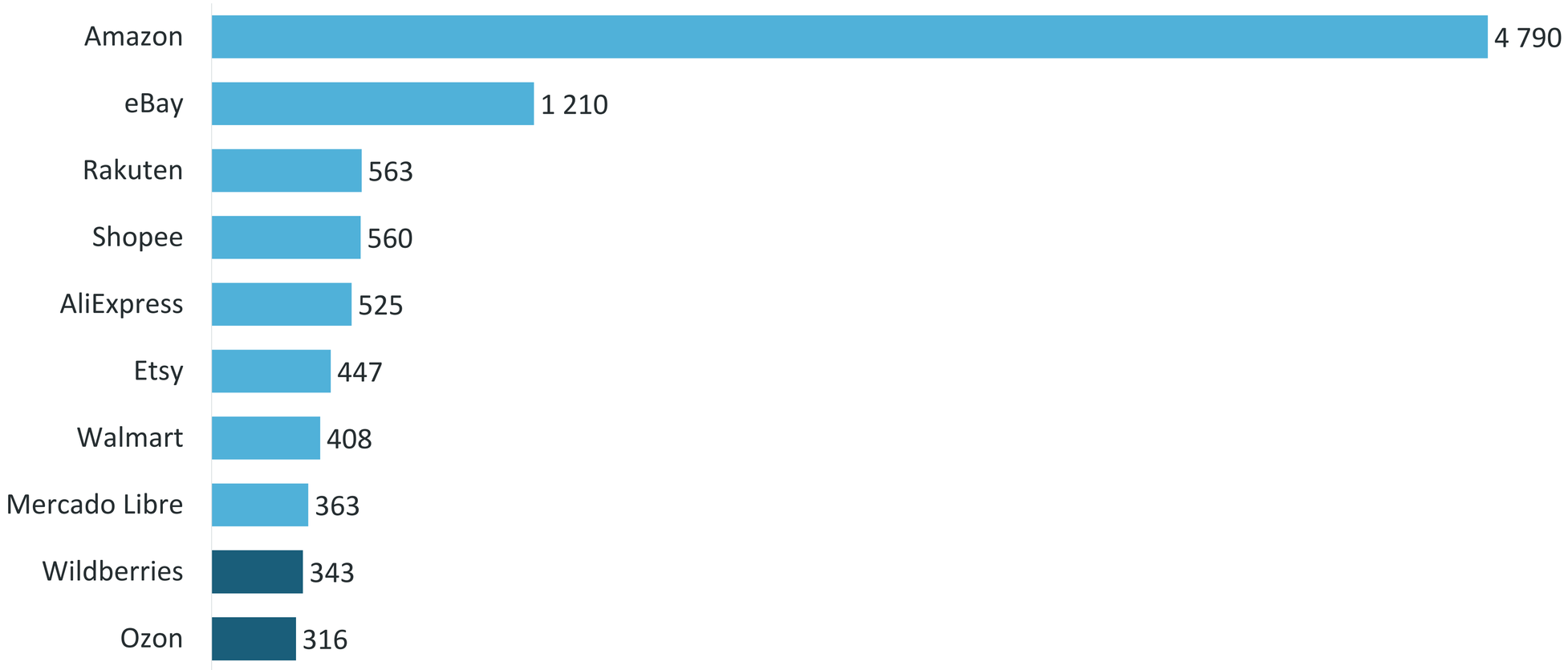
Источник: Россия – данные Data Insight, апрель 2024 (динамика в рублях с поправкой на инфляцию и включая входящий кроссбордер); остальные страны – Statista, 2024.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

1 Рейтинг маркетплейсов, 2023

В 2023 впервые в десятку лидеров вошли сразу два крупнейших универсальных российских маркетплейса – Wildberries и Ozon.

Топ-10 самых популярных маркетплейсов в мире по количеству посещений, млн/мес.



Источник: Webretailer, 2024.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Tinkoff ID — единый вход на сайт и в приложение по номеру телефона

Доступно всем покупателям

Чтобы войти на ваш сайт
или в приложение,
покупателю не обязательно
быть клиентом Тинькофф

Защита от ботов и фрода

Фильтруем пользователей
при каждом входе — к вам
попадают только
проверенные покупатели

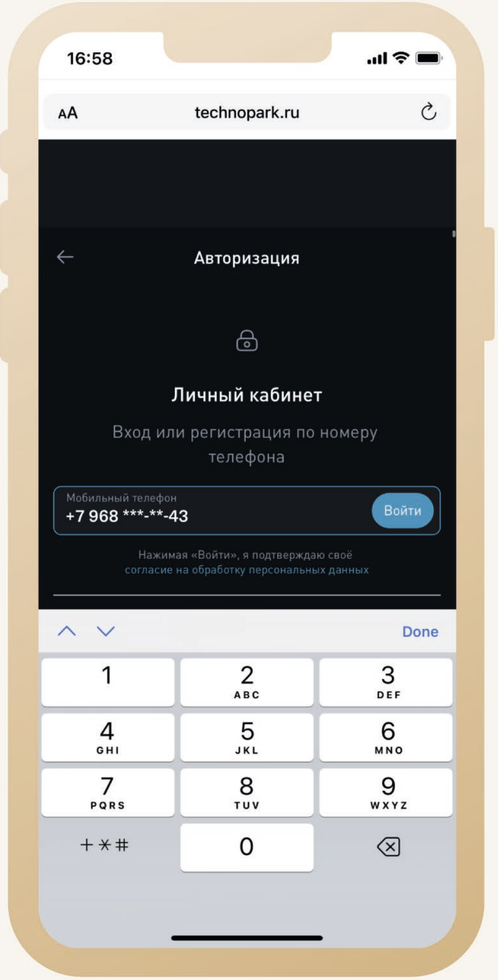
Привычный способ входа

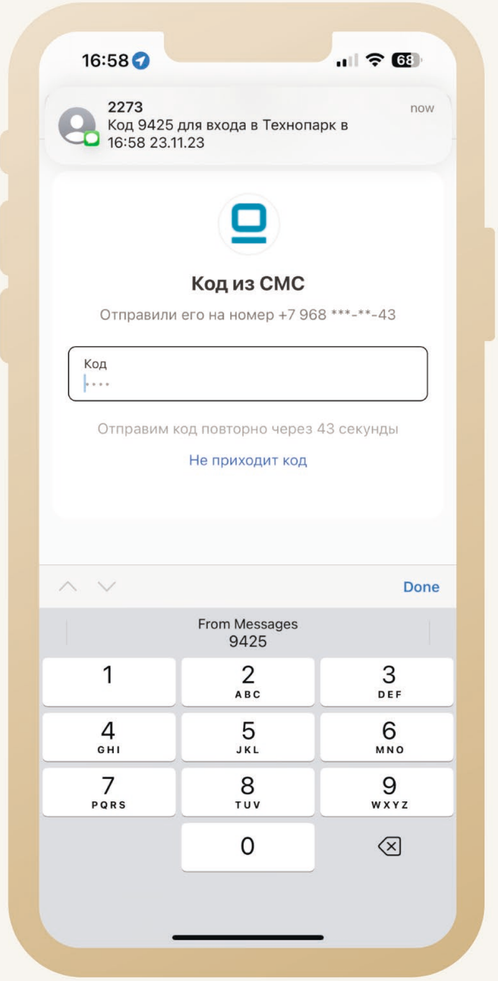
80% покупателей
предпочитают вход
по номеру телефона
входу по кнопке
или электронной почте

Больше продаж

Распознаем покупателя,
моментально проводим
скоринг и отправляем
персональное предложение
о покупке в рассрочку
в вашем магазине

Источник: внутреннее исследование Тинькофф, ноябрь 2023 года





Подробнее о решении

Рекламодатель АО «Тинькофф Банк»

Реклама

Как Тинькофф отвечает на вызовы бизнесу в 2024 году

До 5 раз

Выросла стоимость привлечения покупателя на онлайн-площадках

Тинькофф Выгода **Долями**

Подбираем маркетинговые решения и увеличиваем целевой трафик на ваш сайт и в приложение

Приводим новых платежеспособных покупателей

49% покупателей

Откладывают покупку, потому что не готовы заплатить всю сумму сразу

Tinkoff ID **Тинькофф Кредит Брокер**

Моментально проводим скоринг покупателя и отправляем предложение о покупке в рассрочку в вашем магазине

Повышаем средний чек и скорость принятия решения о покупке

70% покупателей

Бросают корзину из-за долгого оформления заказа и оплаты

Tinkoff ID **Tinkoff Pay** **Долями**

Упрощаем вход и оформление заказа, проводим быструю бесшовную оплату без перехода в мобильное приложение

Увеличиваем конверсию в оплату

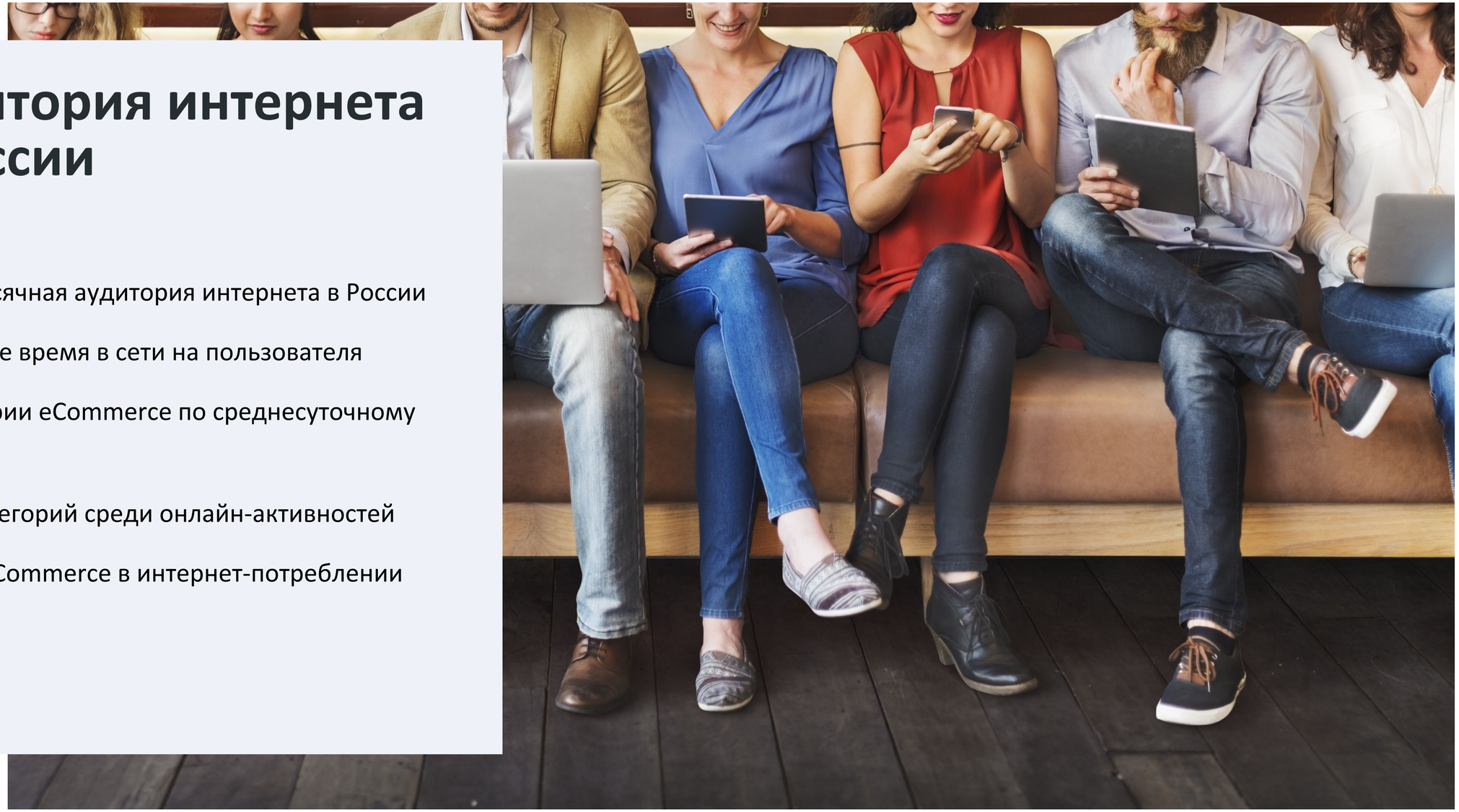
Источники:
Исследование Sostav.ru, 2023 год

Исследование института Baymard, 2024 год

Внутреннее исследование Тинькофф, ноябрь 2023 года

Рекламодатель АО «Тинькофф Банк»

Аудитория интернета в России



- Ежемесячная аудитория интернета в России
- Среднее время в сети на пользователя
- Категории eCommerce по среднесуточному охвату
- Топ категорий среди онлайн-активностей
- Доля eCommerce в интернет-потреблении

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

2 Ежемесячная аудитория интернета в России

101,4

млн чел. (12+)

83%

проникновение



Вся Россия, население 12+, desktop&mobile, 2023.
Источник: Mediascope, 2023 – mediascope.net.
© ООО «Дейта Инсайт», 2024

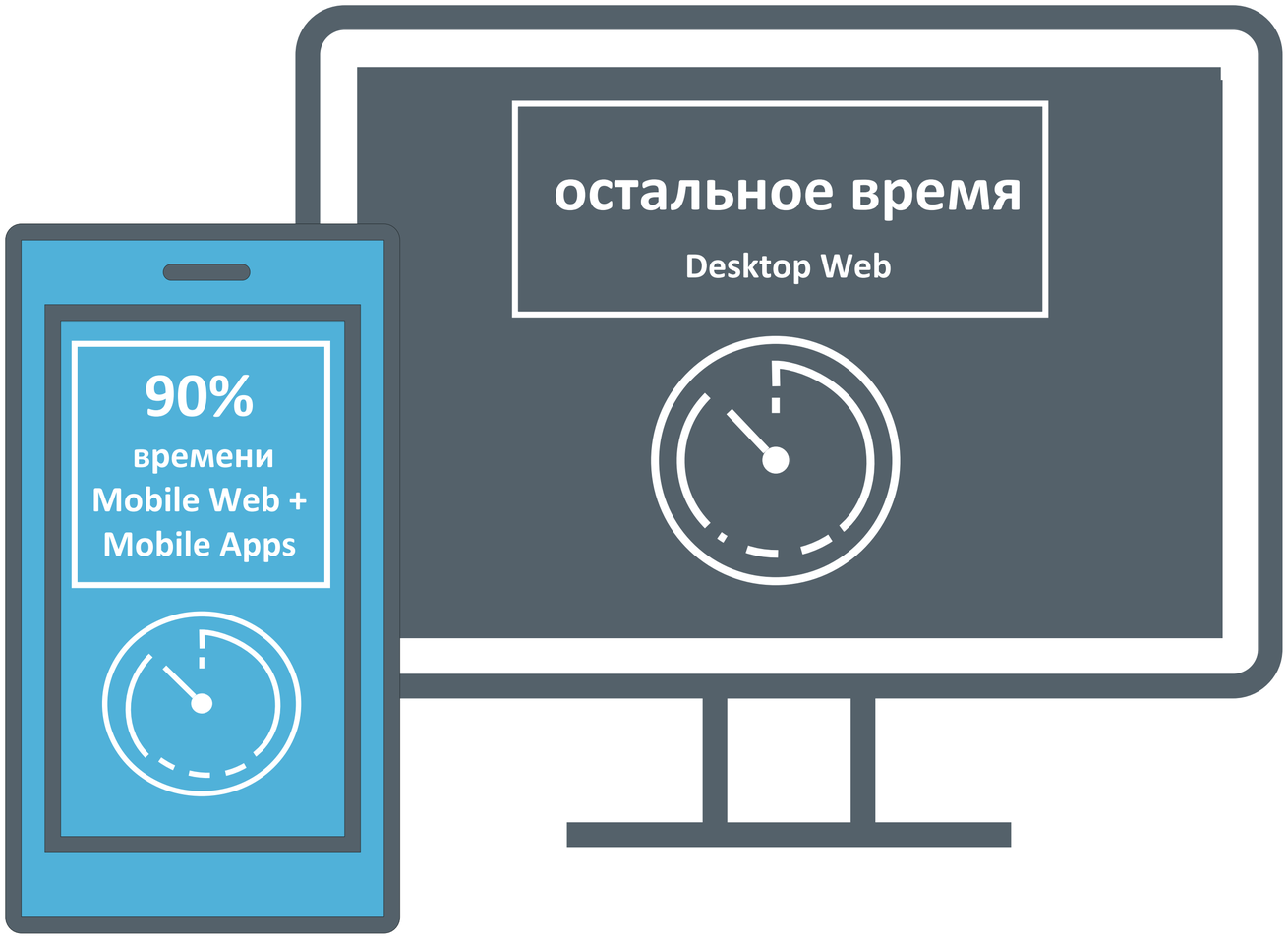
Альфа Банк

2 Среднее время в сети на пользователя в день

257

минут в день

среднее время в сети на одного россиянина



Вся Россия, население 12+ лет, desktop&mobile.
Источник: Mediascope, 2023 – mediascope.net.
© ООО «Дейта Инсайт», 2024

2 Категории eCommerce по среднесуточному охвату



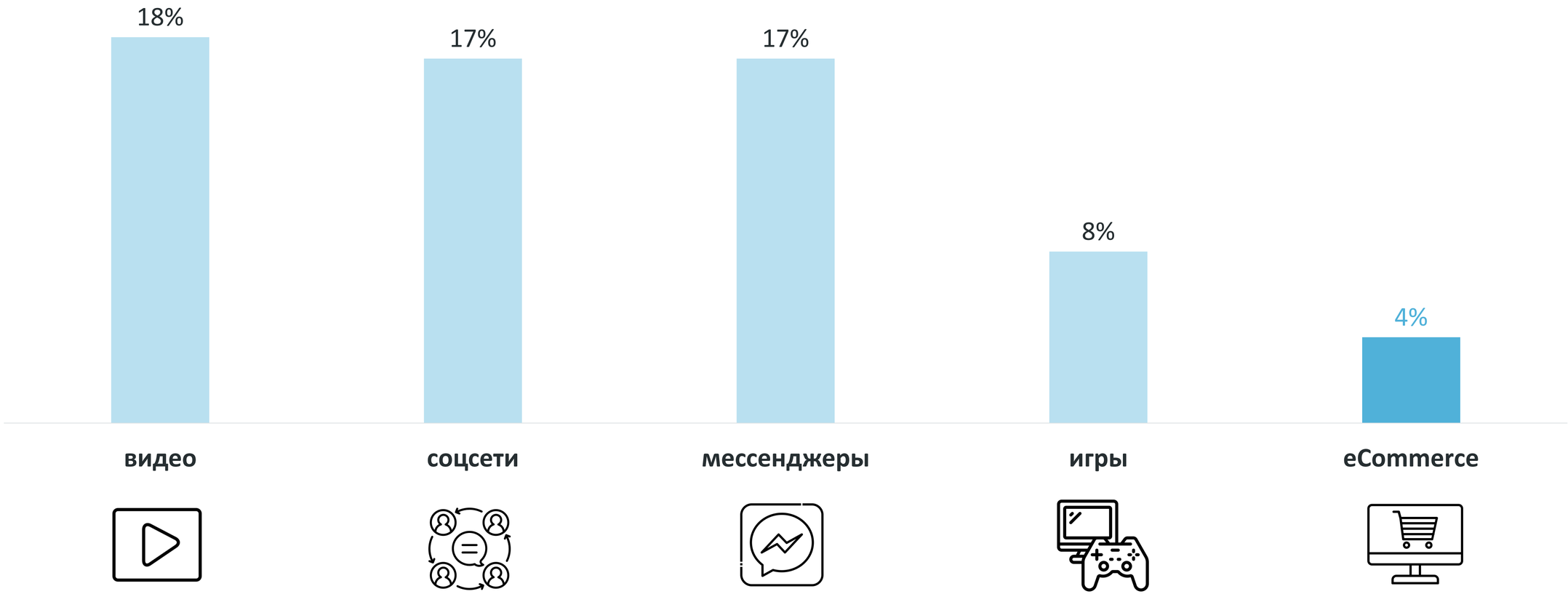
Вся Россия, население 12+, Топ по среднесуточному охвату за октябрь 2023.
Источник: Mediascope, 2023 – mediascope.net.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Альфа Банк

2 Топ категорий среди онлайн-активностей

Доля категории, % от суммарного времени, проведенного в интернете

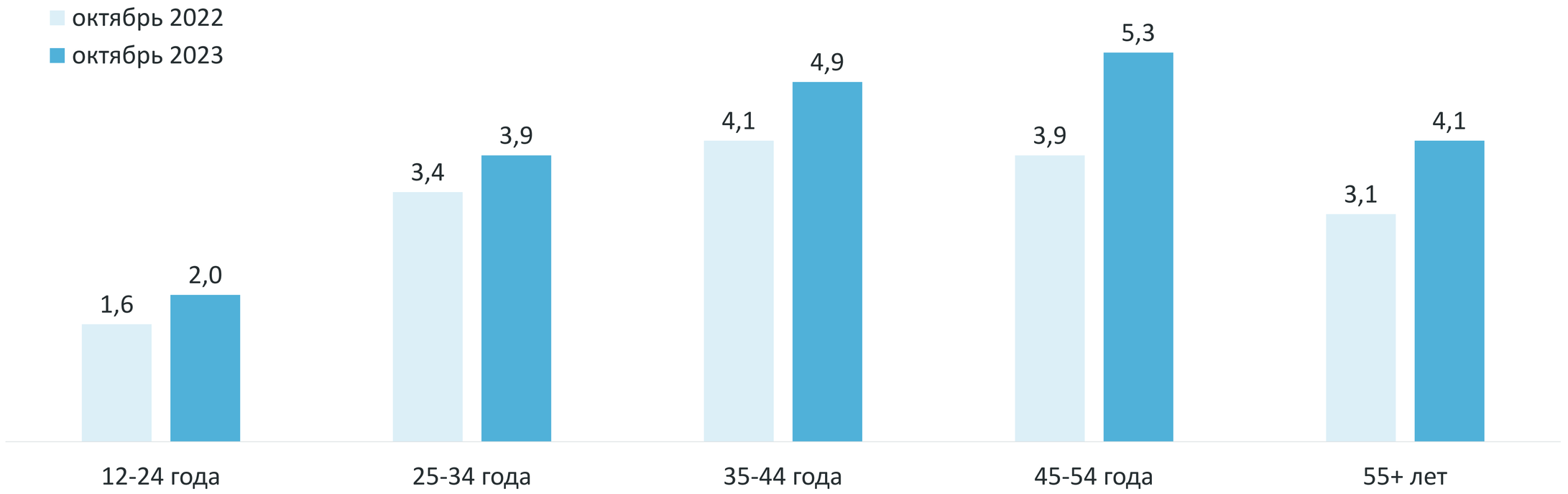


Вся Россия, население 12+, desktop&mobile. Доля категории, % от суммарного времени, проведенного в интернете, октябрь 2023.
Источник: Mediascope, 2023 – mediascope.net.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

2 Доля eCommerce в интернет-потреблении

Динамика по возрастным группам,
% доля eCommerce в интернет-потреблении



Вся Россия, население 12+, desktop&mobile. Октябрь 2023 VS октябрь 2022, среднесуточный охват eCommerce-площадок, % населения.
Источник: Mediascope, 2023 – mediascope.net.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Альфа Банк

Реклама

inSales

Зарабатывайте больше с платформой inSales

Уже **15 000 продавцов** создали интернет-магазин, подключили каналы онлайн-продаж к платформе и синхронизируют товары и заказы на всех маркетплейсах



Создайте сайт своего бренда

Выберите один из 20 шаблонов дизайна и получите готовый сайт за 15 минут

Подключите аккаунты на маркетплейсах

Продавайте товары в режиме одного окна на OZON, Wildberries, Avito, Мегамаркет и Яндекс Маркет

Автоматизируйте рутинные процессы

Массово управляйте ценами и остатками, отслеживайте заказы в единой ленте

Анализируйте продажи на маркетплейсах

Получайте отчеты о заказах, прибыли, расходах, маржинальности, дефиците товаров

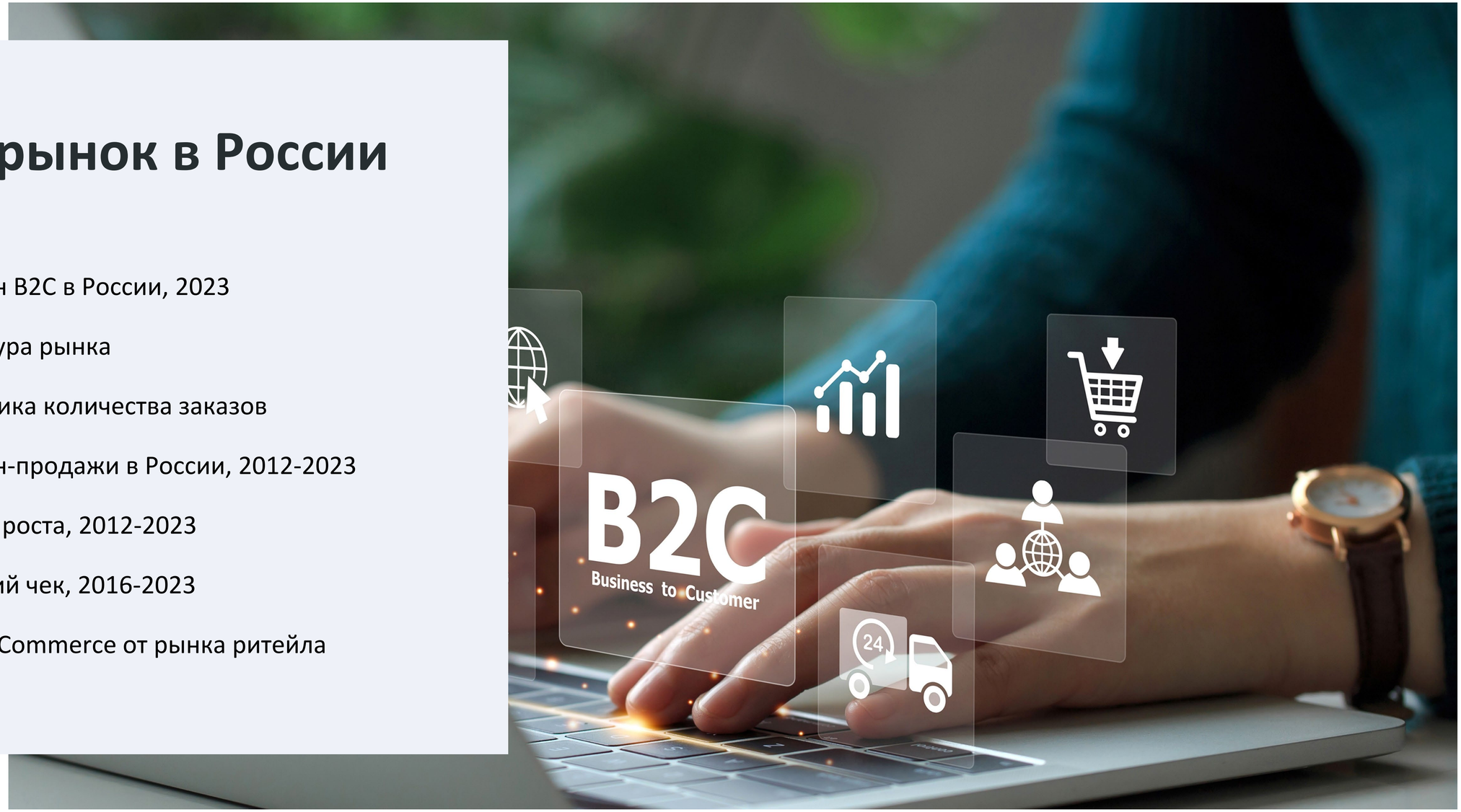
Расширьте функционал платформы

Подключите более 200 популярных сервисов для автоматизации доставки, учета, оплаты

Рекламодатель ООО «ИНСЕЙЛС РУС»

B2C-рынок в России

- Онлайн B2C в России, 2023
- Структура рынка
- Динамика количества заказов
- Онлайн-продажи в России, 2012-2023
- Темпы роста, 2012-2023
- Средний чек, 2016-2023
- Доля eCommerce от рынка ритейла



© ООО «Дейта Инсайт», 2024

3 Онлайн B2C в России, 2023

Интернет-торговля (B2C-торговля) – покупка материальных товаров через интернет, где под покупкой понимается заказ товара через сайт или мобильное приложение с устройства пользователя вне зависимости от способа оплаты и получения заказа. В указанные данные входят только заказы покупателей из России у российских продавцов (юридических лиц и ИП) и не включается трансграничная торговля (в обе стороны) и торговля между частными лицами. В объем рынка включаются только расходы покупателей на онлайн-покупки и их доставку (и не включаются доходы продавцов от иных услуг – рекламных, финансовых, складских и т.д.)

5,15 млрд

заказов

+80%

1 520 руб.

средний чек

-18%



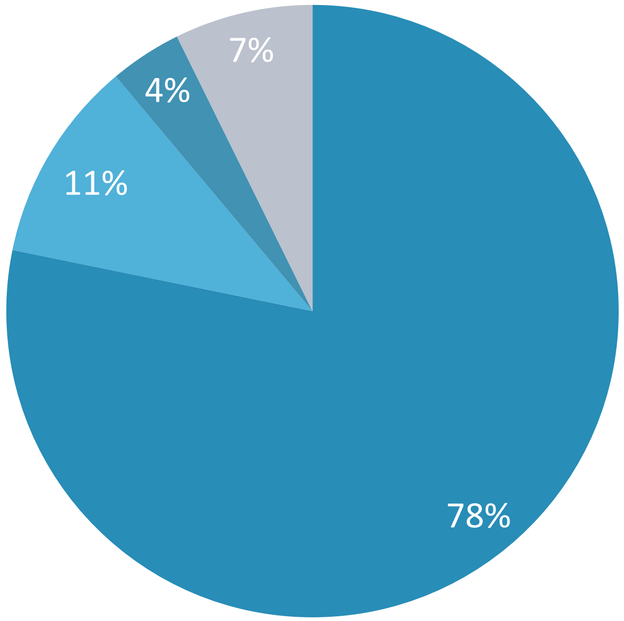
Источник: данные Data Insight, март 2024.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

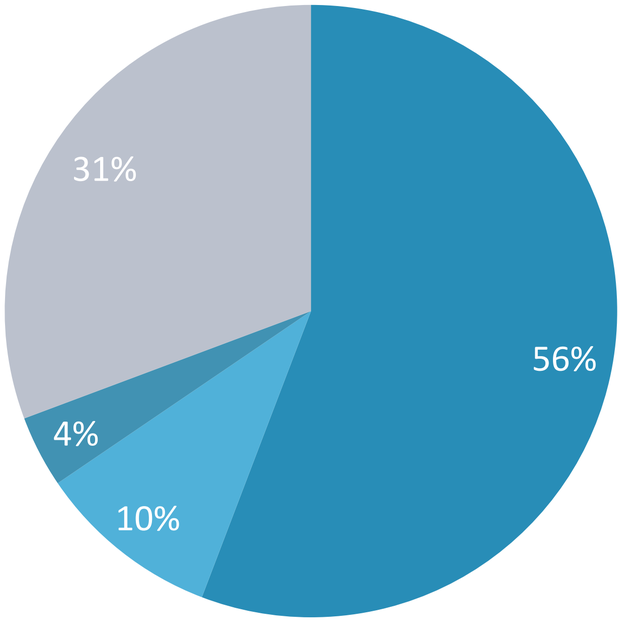
3 Структура рынка: продажи и заказы

Самый большой рост продолжает наблюдаться у **крупных универсальных маркетплейсов** (Wildberries, Ozon, Яндекс Маркет, Мегамаркет). За год их доля поднялась на 13 п.п. до более половины (56%) продаж, а по количеству заказов возросла с 69% до 78%.

Количество заказов, млн шт.



Объем продаж, млрд руб.



Крупные универсальные маркетплейсы | eGrocery | ePharma | Остальной рынок

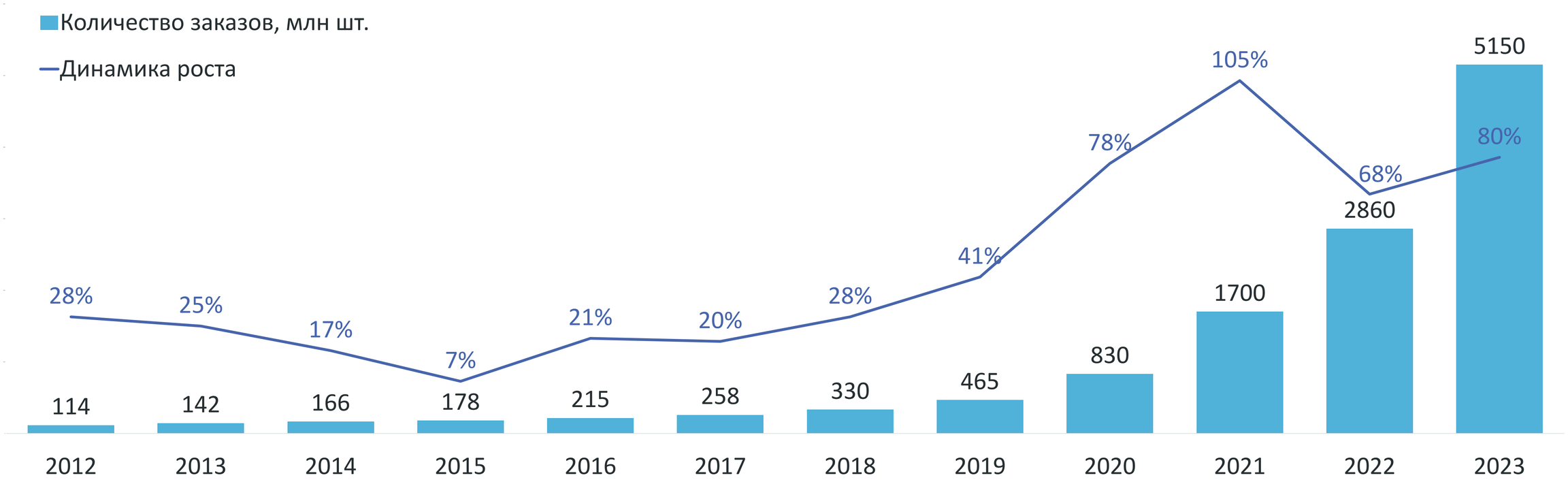
Источник: данные Data Insight, апрель 2024.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

3 Динамика числа заказов, 2012-2023

Четвертый год подряд количество заказов растет с фантастической скоростью (CADR +82%). При этом пик роста количества заказов был пройден в 2021 году, а ускорение роста в 2023 году (на 12 п.п. по сравнению с 2022 г.) носит временный характер и определено в первую очередь относительно низкой базой кризисного 2022 года и его слабой динамикой.

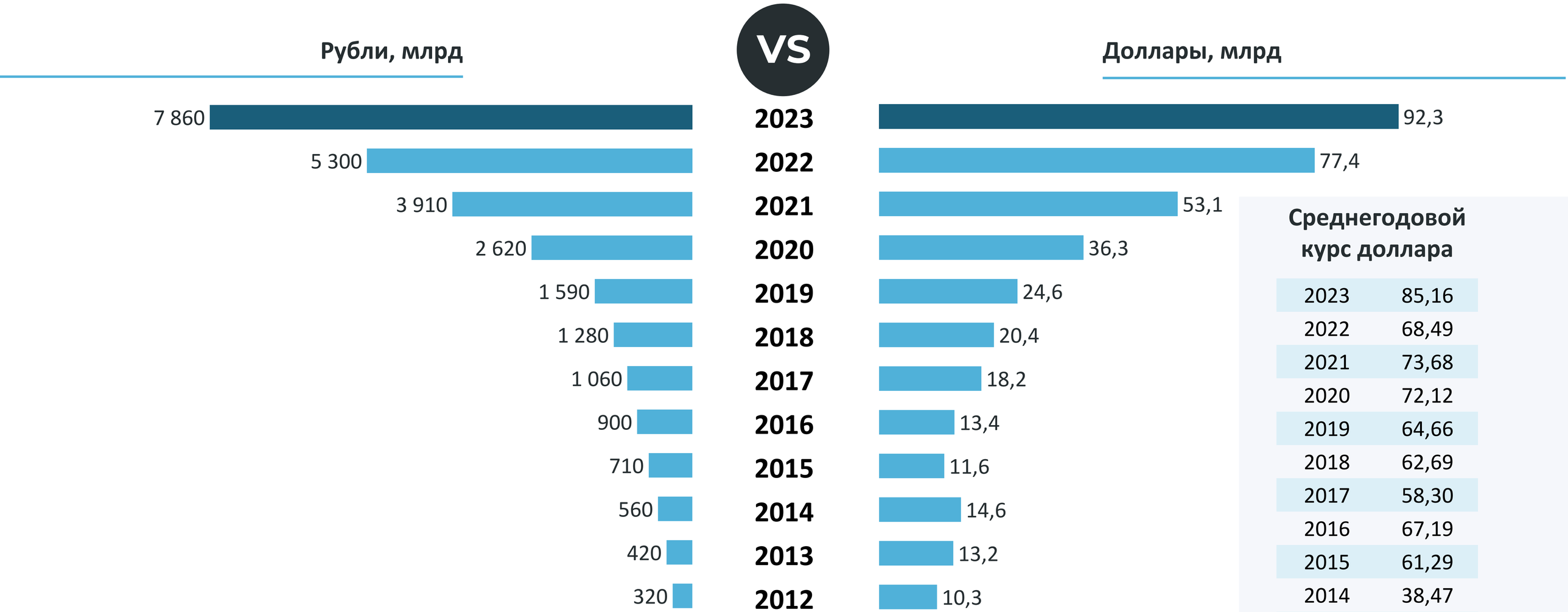
Динамика числа заказов, 2012-2023



Источник: данные Data Insight, март 2024.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

3 Онлайн-продажи в России, 2012-2023

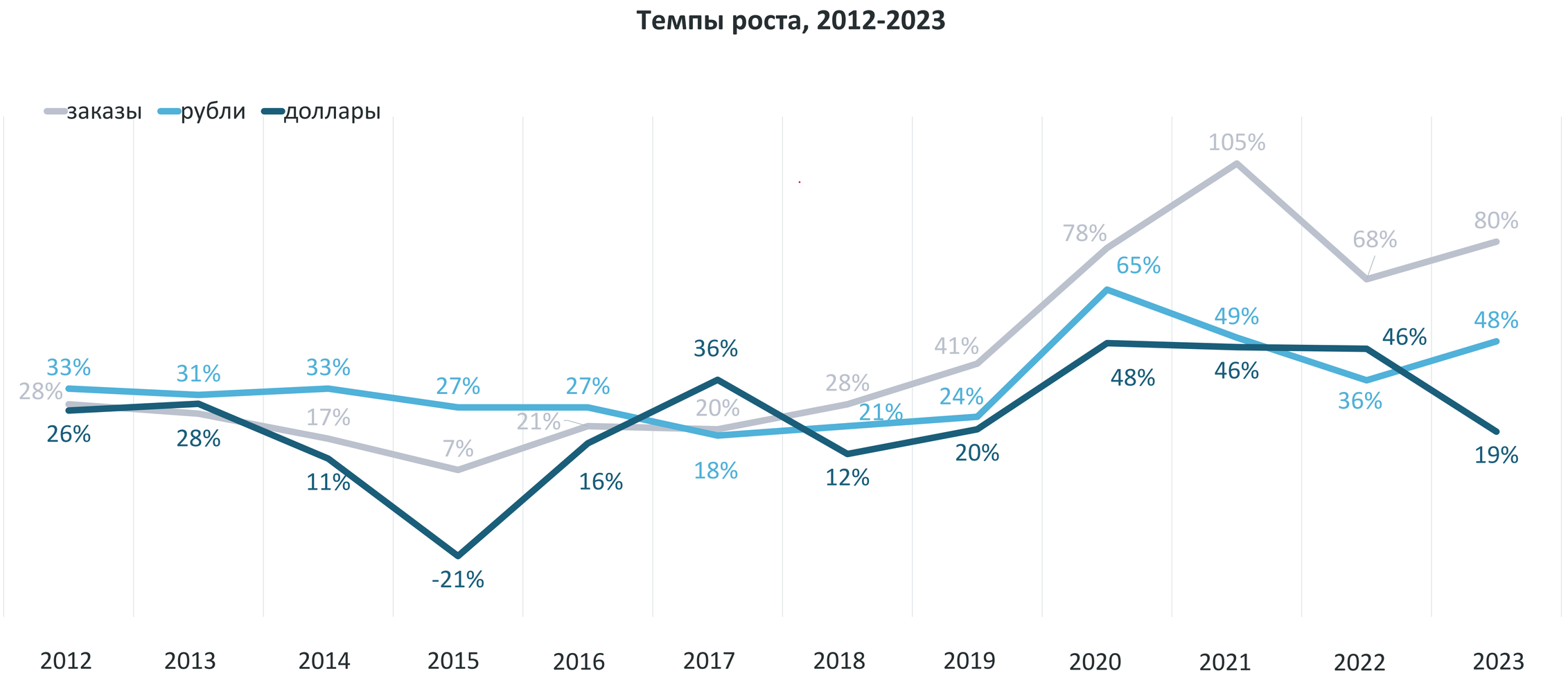


Среднегодовой курс доллара	
2023	85,16
2022	68,49
2021	73,68
2020	72,12
2019	64,66
2018	62,69
2017	58,30
2016	67,19
2015	61,29
2014	38,47
2013	31,85
2012	31,07

Пересчет в доллары США проводился по среднегодовому курсу. Среднегодовые курсы по данным kursvaliut.ru
Источник: данные Data Insight, март 2024.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

3 Темпы роста, 2012-2023



Источник: данные Data Insight, март 2024.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

3 Средний чек, 2016-2023



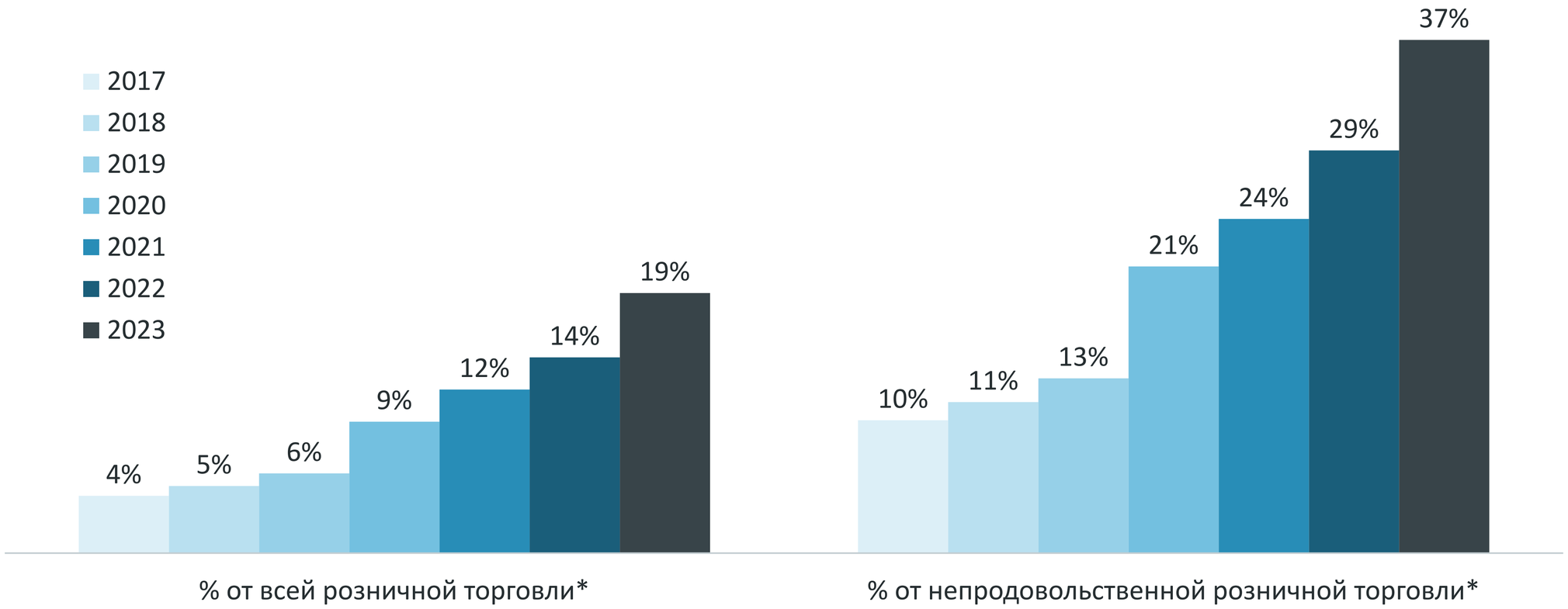
Источник: данные Data Insight, март 2024.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

3 Доля eCommerce от рынка ритейла

Доля eCommerce продолжает расти: в 2023 она составила **19%** от рынка ритейла и **37%** от рынка непродовольственного ритейла.

Рост доли eCommerce от рынка ритейла, 2017-2023



*Размер розничного рынка в России – оценки Data Insight. Оборот розничной торговли в России рассчитан за год без учета продаж автомобилей и топлива.

Источник: данные Data Insight, март 2024.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

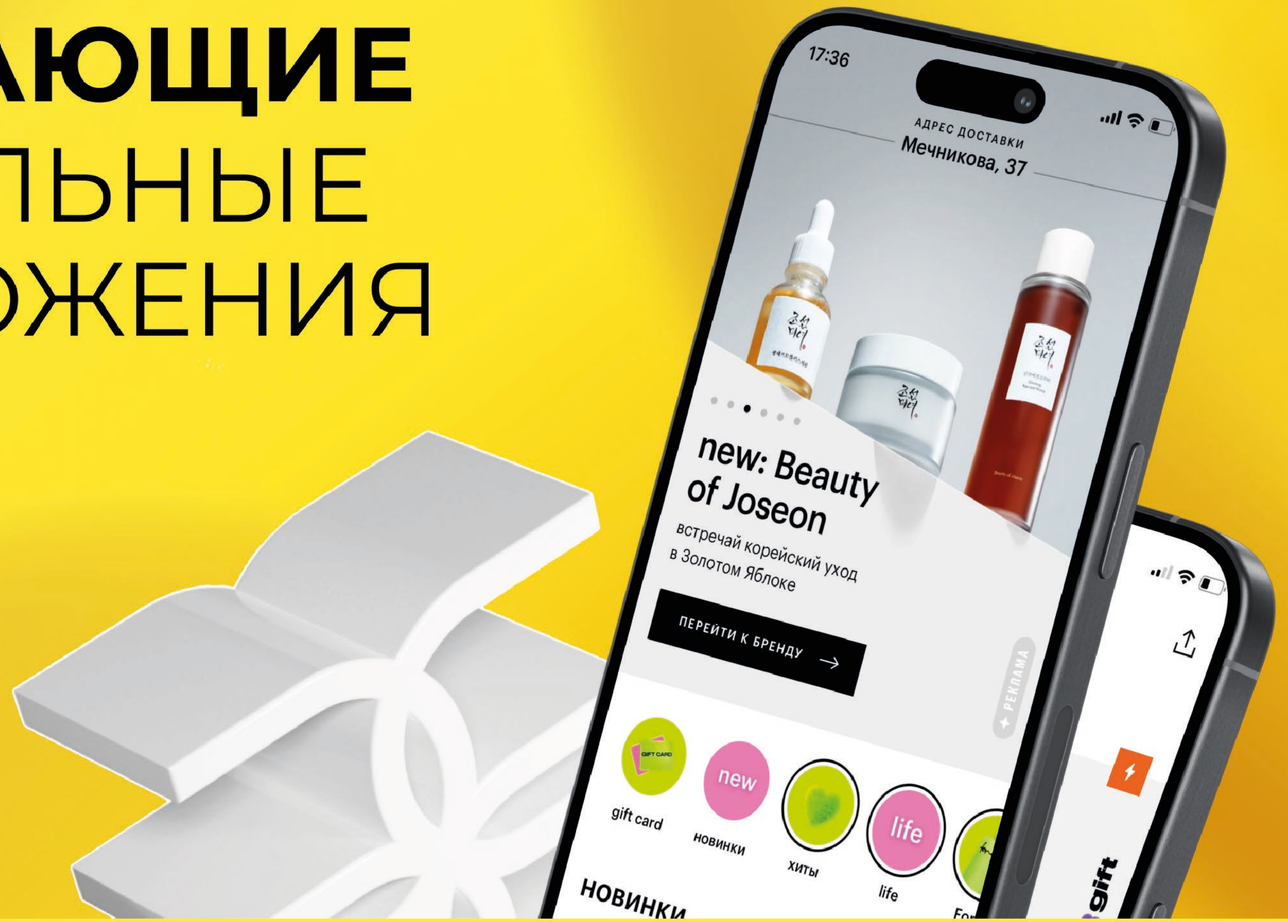
Реклама

оджетто

Надежные IT-решения для крупного eCommerce

oggetto.ru

ПРОДАЮЩИЕ МОБИЛЬНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ



КРАСИВЫЕ И ВЫСОКО-НАГРУЖЕННЫЕ КАК У ЗОЛОТОГО ЯБЛОКА

Золото в конкурсе «Рейтинг Рунета 2020»

Серебро в конкурсе «Золотое приложение 2020»

Рекламодатель ООО «ОДЖЕТТО ВЕБ»

B2C: прогноз на 2024-2028

- Прогноз объема рынка eCommerce: продажи, заказы, средний чек
- Ключевые тренды 2023-2024

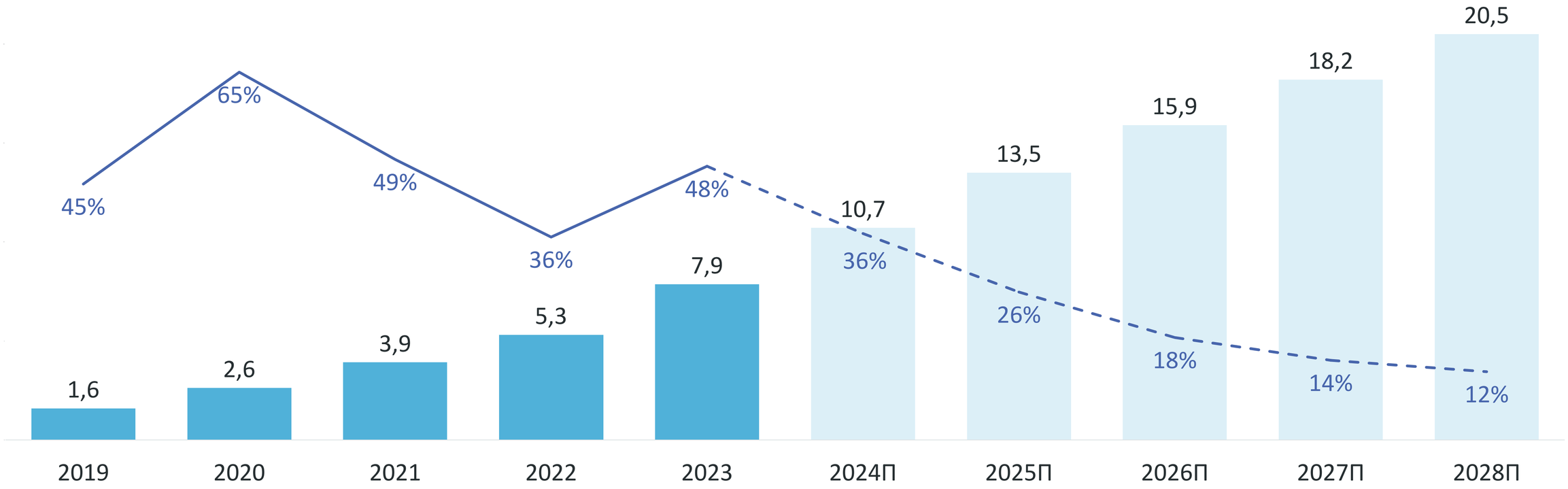


© ООО «Дейта Инсайт», 2024

4 Прогноз объема рынка: продажи

По прогнозу Data Insight, в 2024 г. объем продаж на рынке eCommerce вырастет более чем на треть (**+36%**) до **10,7 трлн рублей**.

Динамика объема продаж с прогнозом на 2024-2028 гг., трлн руб.



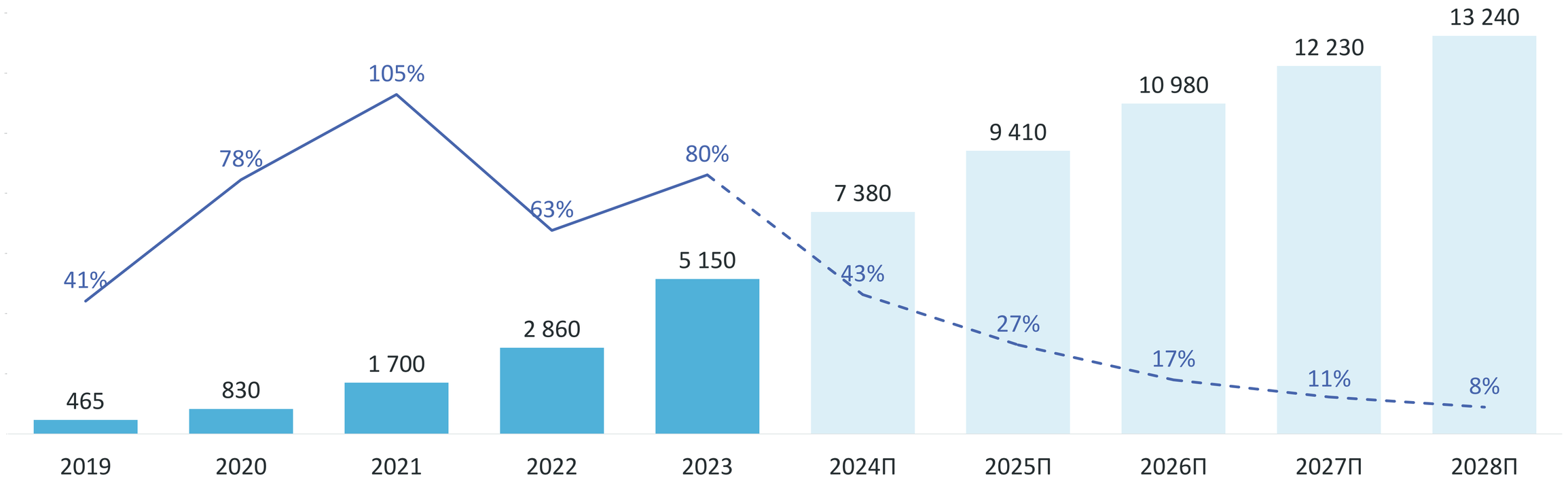
Источник: данные Data Insight, апрель 2024

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

4 Прогноз объема рынка: заказы

В 2024 г. темпы роста количества заказов снова начнут замедляться, но все равно рост будет выше, чем в период до COVID-19. Количество выполненных заказов на рынке eCommerce в 2024 г. **увеличится более чем на 40% и превысит 7 млрд.**

Динамика количества заказов с прогнозом на 2024-2028 гг., млн штук



Источник: данные Data Insight, апрель 2024

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Онлайн-шопинг становится не просто привычкой, а обыденностью

Частота покупок у тех потребителей, которые пришли в онлайн за несколько последних лет, увеличивается. Особенно это заметно в городах миллионниках.

Доля регионов в онлайн-торговле существенно растет

В регионах онлайн-торговля только начинает развиваться. В следующие несколько лет покупатели в регионах станут драйверами рынка.

Работа с лояльностью покупателей

Реферальные программы, акции и скидки, персональные предложения, а также качество товара и бесшовность использования сервисов увеличивают шанс, что покупатель вернётся.

Маркетплейсы лидируют из-за качества сервиса и постоянства для покупателей:

покупатель уверен в заказе (или в том, что сможет его без проблем вернуть), в доставке и в том, что найдёт то, что нужно. На большой ассортимент маркетплейсов влияют селлеры – именно они, а не маркетплейсы, являются драйверами роста рынка.

DTC не потеряла актуальность

Однако, сегодня с одной стороны на рынке наблюдается взрывной рост маркетплейсов, которые формируют огромный трафик и имеют «безразмерную полку», что делает ценовую конкуренцию самой эффективной и ведет к размыванию бренда. С другой стороны существует запрос со стороны рынка на выстраивание личной коммуникации с потребителем на основе доверия и личных потребностей покупателя - персонализированный подход.

Источник: данные Data Insight, март 2024

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

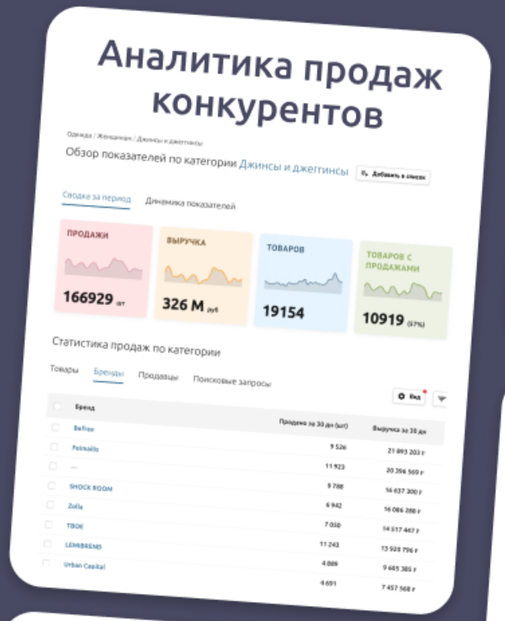
Реклама

SalesFinder

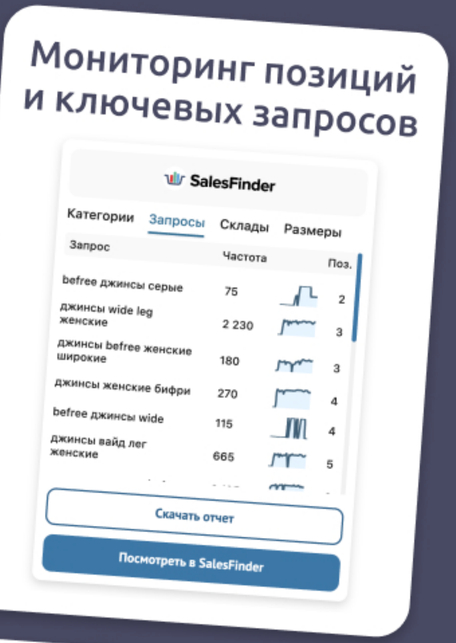
Собираем данные с 2021 года

Умная аналитика маркетплейсов для увеличения ваших продаж

- Узнайте, на какие товары высокий спрос
- Анализируйте стратегию конкурентов
- Отслеживайте позиции в поиске
- Оптимизируйте продажи вашего магазина
- Найдите самые прибыльные ниши
- Отслеживайте новые тренды

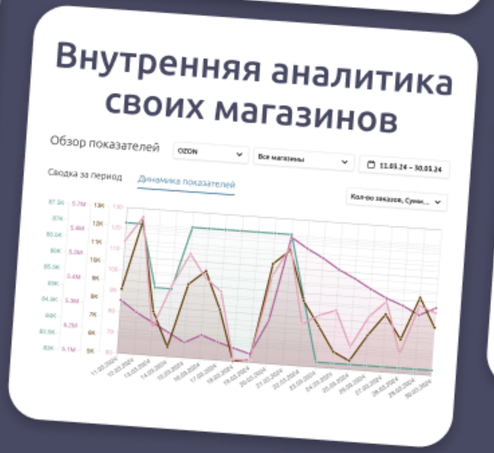














Рекламодатель ООО «С-Файндер»

Маркетплейсы

- Крупные универсальные маркетплейсы в России, 2023
- Рост доли, заказов и объема продаж универсальных маркетплейсов
- Покупатели на маркетплейсах



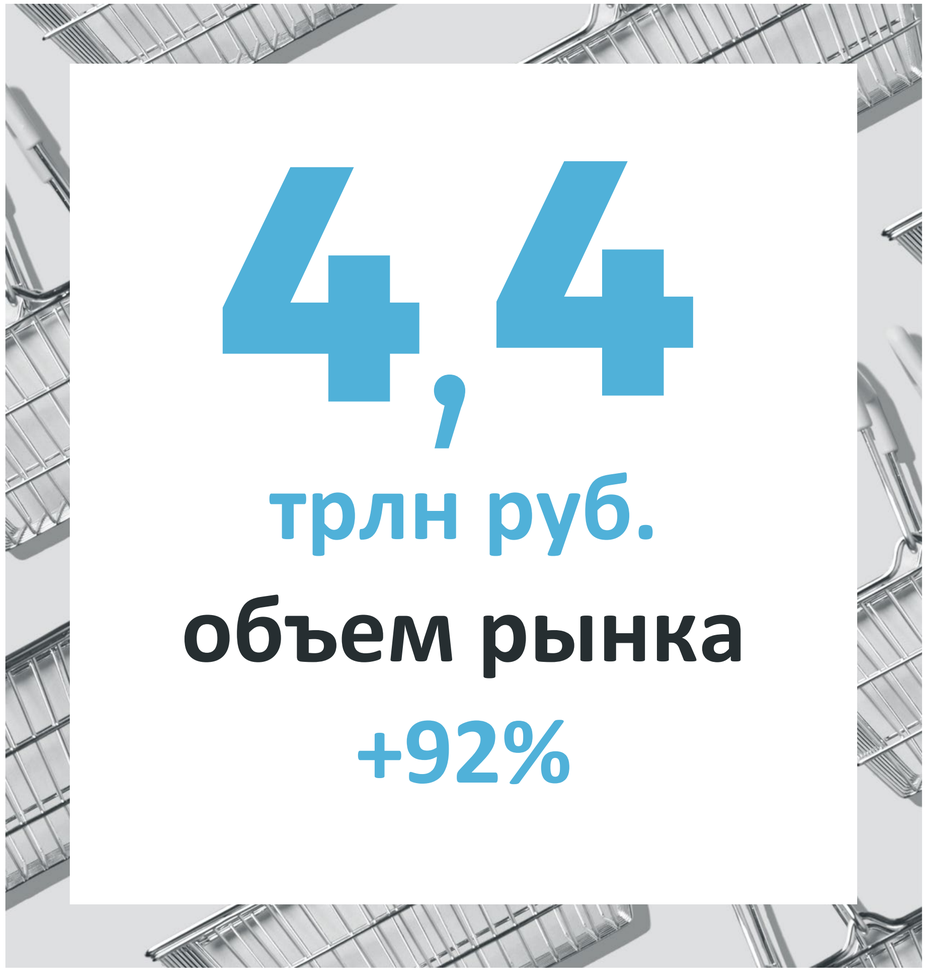
© ООО «Дейта Инсайт», 2024

5 Крупные универсальные маркетплейсы, 2023

Крупные универсальные маркетплейсы в России – учитываются площадки с оборотом более 100 млрд руб. в год, на которых представлены большинство товарных категорий, и у которых не менее четверти продаж осуществляется по модели маркетплейса. На декабрь 2023 г. это: Wildberries, Ozon, Яндекс Маркет и Мегамаркет.

4,03 млрд
заказов
+103%

1 090 руб.
средний чек
-6%



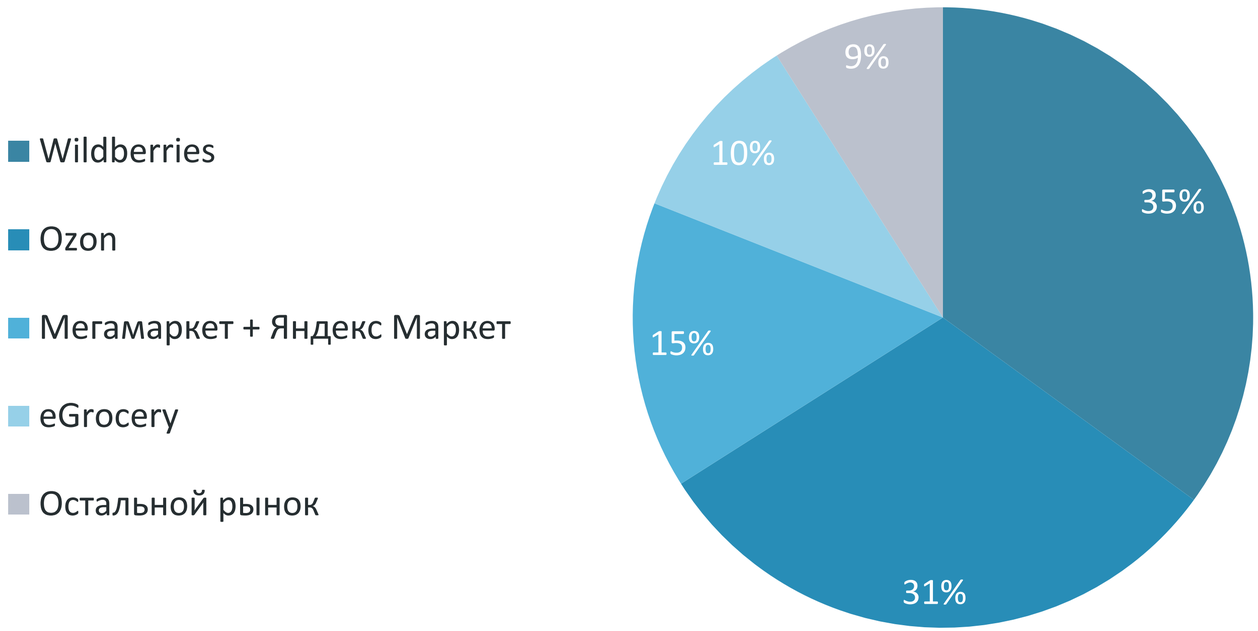
Источник: данные Data Insight, апрель 2024.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

5 Структура прироста онлайн-продаж

В 2023 г. рынок eCommerce вырос на **2,6 трлн рублей**. Основная часть этого роста пришлась на Wildberries и Ozon (соответственно **35%** и **31%**), а в сумме четыре крупнейших маркетплейса обеспечили более **80%** от всего роста рынка.

Распределение прироста рынка по категориям игроков, 2023, млрд руб.



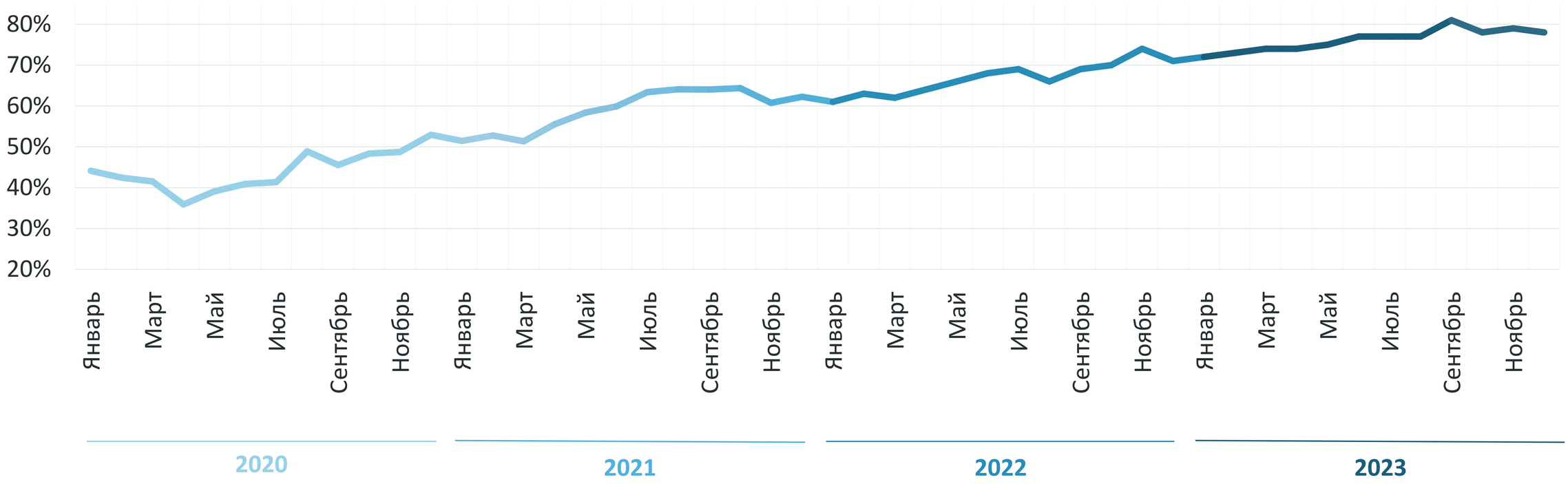
Источник: данные Data Insight, апрель 2024.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

5 Доля Wildberries и Ozon в онлайн-заказах

В 2023 совокупная доля двух крупнейших российских маркетплейсов Wildberries и Ozon от всех онлайн-заказов продолжала расти. Во втором полугодии этот показатель достиг составил **78%** против **70%** за тот же период 2022 года.

Динамика доли Wildberries и Ozon от всех онлайн-заказов, 2020-2023



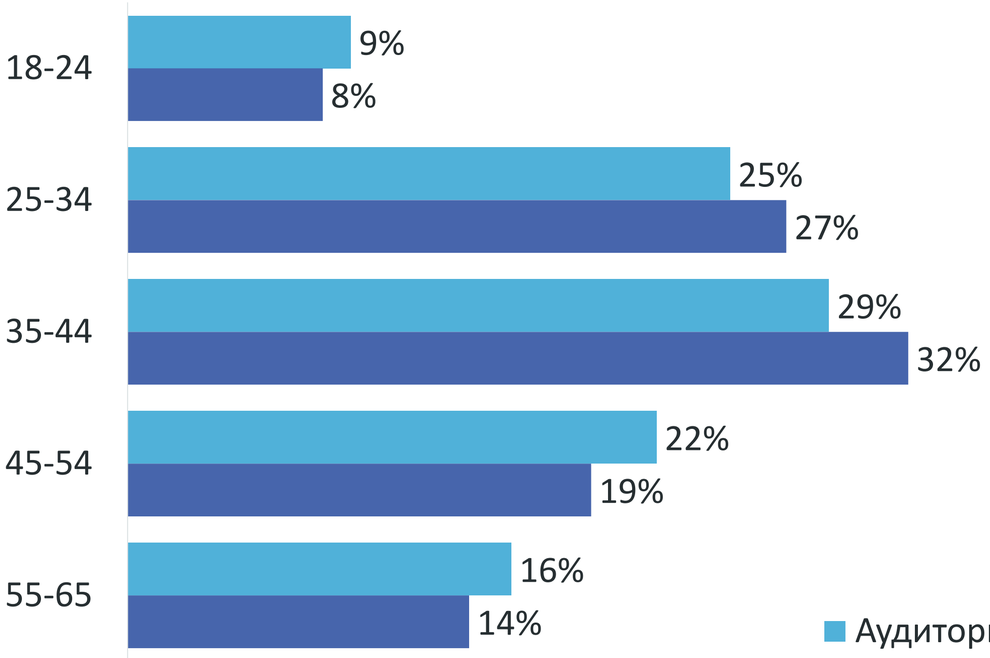
Источник: данные Data Insight, апрель 2024.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

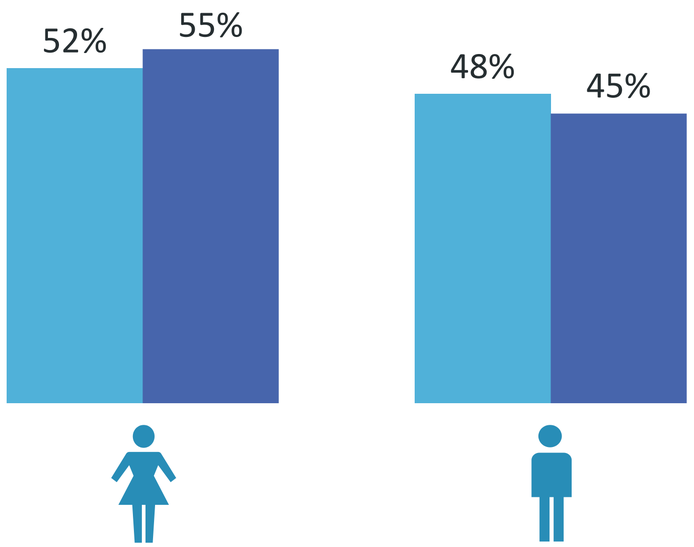
5 Покупатели на маркетплейсах: портрет

По сравнению с аудиторией категорийных магазинов, покупательская аудитория маркетплейсов более сбалансированная – в ней меньше перекос в сторону женщин и возраста от 25 от 44 лет.

Распределение по возрасту



Распределение по полу



Аудитория маркетплейсов

Аудитория категорийных интрнет-магазинов

Онлайн-опрос покупателей в рамках исследования «Как потребители выбирают бренды на страницах маркетплейсов», ноябрь 2023.
База: Россия, города 1млн+, 18-65, совершали покупки на маркетплейсах за последние 6 месяцев, N=1650.
Источник: Data Insight. Выбор брендов на маркетплейсах, 2023 – datainsight.ru/DI_Choosing_brands_on_marketplaces_2023.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

5 Факторы выбора товара на маркетплейсе

Ценовые

Более выгодная цена, чем на другие аналогичные товары	46%
Наличие скидки на товар или участие в акции	33%

Сервисные

Более быстрая доставка, чем у других аналогичных товаров	19%

Лояльность

Наличие положительных отзывов о товаре	39%
Отзывы от покупателей о том, что товар является оригинальным	25%
Отсутствие отрицательных отзывов о товаре	24%
Высокий рейтинг продавца	23%
Наличие программы лояльности у продавца	14%
Этот товар из коллекции известного мне бренда	8%

Информационные

Наличие фото и видео товара от покупателей	30%
Подробное описание характеристик товара в карточке	30%
Наличие оригинальных фото и видео в карточке товара от продавца	19%
Наличие сертификатов, подтверждающих качество товара	12%
Наличие сертификатов, подтверждающих оригинальность товара	12%

Онлайн-опрос покупателей в рамках исследования «Как потребители выбирают бренды на страницах маркетплейсов», ноябрь 2023.
Вопрос: «Что из этого, при выборе товаров на Вашем основном маркетплейсе, убедит Вас сделать выбор в пользу конкретного товара?» База: Россия, города 1млн+, 18-65, совершали покупки на маркетплейсах за последние 6 месяцев, N=1650.
Источник: Data Insight. Выбор брендов на маркетплейсах, 2023 – datainsight.ru/DI_Choosing_brands_on_marketplaces_2023.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Альфа Банк

5 Отказ от покупки товара на маркетплейсе

Наличие отрицательных отзывов о товаре (**45%**) почти настолько же важно, как и более высокая цена, чем на аналогичные товары (**44%**), когда речь идет о том, что может побудить покупателей отказаться от покупки товара в пользу другого, аналогичного. Еще **31%** покупателей учитывают при выборе рейтинг продавца, а почти четверть покупателей не станут покупать товар, если его карточка не будет подробно заполнена.

Что заставит отказаться от покупки товара на маркетплейсе



Полный график можно посмотреть в исследовании
«Как потребители выбирают бренды на страницах маркетплейсов»

Онлайн-опрос покупателей в рамках исследования «Как потребители выбирают бренды на страницах маркетплейсов», ноябрь 2023.
Вопрос: «А что из этого заставит Вас точно отказаться от покупки конкретного товара на Вашем основном маркетплейсе?». База: Россия, города 1млн+, 18-65, совершали покупки на маркетплейсах за последние 6 месяцев, N=1650.
Источник: Data Insight. Выбор брендов на маркетплейсах, 2023 – datainsight.ru/DI_Choosing_brands_on_marketplaces_2023.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

5 Выбор брендов на маркетплейсах

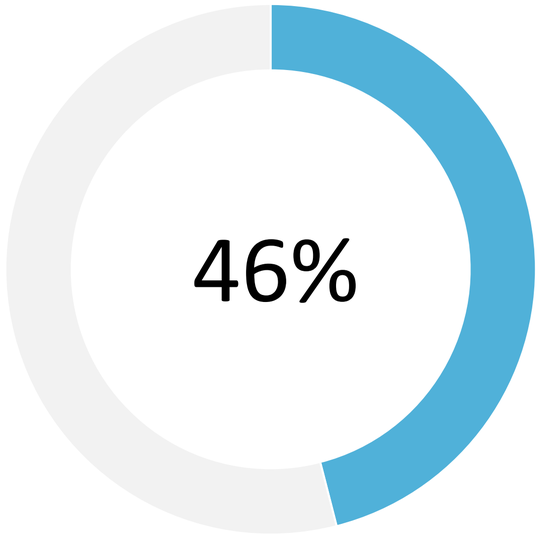
Как стартующим брендам привлечь покупателей?

35% покупателей хотят видеть отзывы о новом (ранее им неизвестном) бренде на маркетплейсе

30% покупателей прислушаются к рекомендациям родственников, друзей, коллег

25% покупателей хотят видеть у новых брендов более низкую цену, чем у известных брендов

22% покупателей купят товар нового бренда, если он будет превосходить по характеристикам привычный бренд



Покупают товары новых брендов* на маркетплейсах

*Новые бренды – те бренды, недавно появившиеся и вышедшие на маркетплейсы, которые пользователям были до этого неизвестны и с которыми они познакомились на маркетплейсе.

Онлайн-опрос покупателей в рамках исследования «Как потребители выбирают бренды на страницах маркетплейсов», ноябрь 2023.

Вопрос: «Что могло бы побудить Вас купить на маркетплейсе товар нового, ранее незнакомого Вам бренда?». База: Россия, города 1млн+, 18-65, совершали покупки на маркетплейсах за последние 6 месяцев, N=1650.

Источник: Data Insight. Выбор брендов на маркетплейсах, 2023 – datainsight.ru/DI_Choosing_brands_on_marketplaces_2023.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Альфа Банк

Реклама

точка | МАРКЕТПЛЕЙСЫ

Маркетплейсов много — кабинет *один*

Управляйте товарами и заказами
на нескольких площадках
из Единого кабинета

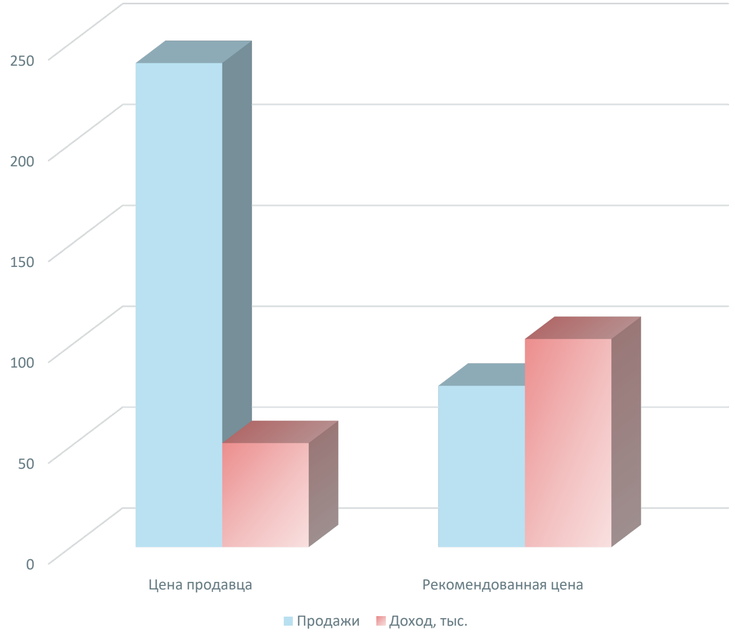


Рекламодатель АО «ТОЧКА»

Кейс клиента сервиса «Точка Маркетплейсы»

В 2022 году «Точка» запустила сервис для онлайн-торговли «Точка Маркетплейсы». С его помощью селлер может эффективно управлять продажами, контролировать доходы и расходы, создавать и переносить карточки с товарами, анализировать полученные данные, а также автоматически обновлять остатки через единый интерфейс.

В Единый кабинет «Точка Маркетплейсы» обратился клиент, торгующий товарами для дома сразу на трёх площадках: Wildberries, Ozon, Яндекс Маркет. Он хотел улучшить операционные процессы и упростить сборку товаров, так как ежедневно приходилось обрабатывать и отправлять 300 заказов.



Результаты подключение сервиса

- Благодаря работе в Едином кабинете удалось в два раза ускорить процесс сборки заказов. Все заказы, поступившие с разных маркетплейсов, были в единой ленте.

- Более того, при исследовании аналитики продаж в сервисе, стало ясно, что самый популярный товар магазина приносит лишь 5% маржи и буквально уничтожает операционную мощность. На основе выявленных цифр мы предложили клиенту увеличить стоимость товара на 20%. Несмотря на то, что изменение цены снизило продажи в 3 раза, чистая прибыль от товара возросла. Клиент стал тратить меньше ресурсов на сборку заказов, оптимизировал штат сотрудников и стал получать больше прибыли.

Рекламодатель ООО «Точка Маркетплейсы»

Рейтинг Топ-100 интернет-магазинов 2023

- Рейтинг Топ-100 интернет-магазинов от Data Insight
- Топ-100 2023: динамика, порог вхождения, структура
- Лидеры категорий и роста
- E-commerce Index Top-100: победители 2023



© ООО «Дейта Инсайт», 2024

6 Рейтинг Топ-100 интернет-магазинов от Data Insight

Рейтинг Топ-100 интернет-магазинов России – список 100 крупнейших интернет-магазинов России, ранжированный по объему онлайн-продаж. Рейтинг публикуется ежегодно с 2016, включает данные по объему онлайн-продаж, количеству заказов и среднему чеку.

В основе рейтинга лежит комплексная методика, включающая как данные и комментарии, предоставленные самими интернет-магазинами, так и собственные данные и оценки Data Insight и данные сторонних сервисов. В частности, при составлении рейтинга используются данные регулярного мониторинга посещаемости и количества заказов, который ведет Data Insight, данные онлайн-чеков, данные ФНС.


DataInsight Рейтинг ТОП100 Методика расчета Новости рынка Принять участие

Рейтинг ТОП-100 крупнейших российских интернет-магазинов

2023 2022 2021 2020 2019 2018 2017 2016

#	Магазин	Категория	Онлайн-продажи, млн руб.[1]	Рост онлайн-продаж[2]	Заказы, тыс. шт.	Рост заказов[2]	Средний чек, руб	Рост среднего чека[2]
1	wildberries.ru	универсальные магазины	2 143 700	78%	2 976 200	104%	720	-15%
2	ozon.ru	универсальные магазины	1 369 000	125%	914 400	103%	1 500	11%
3	market.yandex.ru	универсальные магазины	970 600	57%	98 700	101%	9 750	-22%
4	megamarket.ru [3]	универсальные магазины	912 700	417%	43 900	199%	7 220	73%
5	dns-shop.ru	электроника и техника	299 400	17%	17 100	5%	14 000	11%
6	samokat.ru	FMCG	159 900	111%	190 600	58%	840	33%
7	vseinstrumenti.ru	товары для дома	151 600	56%	21 900	47%	6 920	6%
8	citilink.ru	электроника и техника	151 200	2%	9 100	-16%	16 600	23%
9	sbermarket.ru [4]	FMCG	127 100	50%	55 400	68%	2 290	-11%
10	vkusvill.ru	FMCG	126 600	53%	98 800	53%	1 280	0%
11	mvideo.ru	электроника и техника	122 500	12%	9 900	-14%	12 400	30%
12	lamoda.ru	одежда, обувь и аксессуары	119 900	31%	23 000	28%	5 190	3%
13	simaland.ru	универсальные магазины	80 600	11%	12 100	36%	6 660	-19%
14	lavka.yandex.ru [1]	FMCG	77 400	67%	72 900	54%	1 060	8%
15	goldapple.ru	красота	76 400	98%	18 500	83%	4 130	8%
16	petrovich.ru	товары для дома	75 700	9%	4 310	6%	17 600	3%
17	apteka.ru	здоровье	73 100	0%	46 700	6%	1 570	-6%
18	leroymerlin.ru	товары для дома	67 600	16%	7 600	18%	8 890	-2%
19	detmir.ru	товары для детей	58 400	8%	39 400	17%	1 480	-8%
20	sportmaster.ru	спорт и активный отдых	57 000	73%	11 000	49%	5 180	16%
21	letu.ru	красота	56 700	67%	13 600	72%	4 170	9%
22	etm.ru	товары для дома	51 600	24%	2 980	16%	21 700	8%
23	eldorado.ru	электроника и техника	48 800	16%	4 380	-4%	11 300	21%
24	dostavka.5ka.ru	FMCG	42 400	91%	29 800	104%	1 420	-11%
25	onlinetrade.ru	универсальные магазины	38 800	14%	4 100	8%	9 460	6%
26	eda.yandex.ru [1]	FMCG	34 000	69%	17 900	57%	1 970	8%
27	komus.ru	офис и бизнес	33 600	71%	3 350	60%	10 000	7%
28	lenta.com	FMCG	32 500	38%	13 900	42%	2 360	-3%
29	market-delivery.yandex.ru [1]	FMCG	29 400	2%	23 600	-14%	1 250	19%
30	eapteka.ru	здоровье	28 900	31%	17 700	25%	1 630	5%
31	perekrestok.ru	FMCG	26 900	27%	14 600	30%	1 840	-2%
32	kolesa-darom.ru	автотовары	26 300	23%	950	20%	27 700	3%
33	vprok.ru	FMCG	25 900	1%	4 400	-18%	5 890	23%
34	hoff.ru	товары для дома	25 600	23%	2 230	23%	11 500	1%
35	sunlight.net	подарки и развлечения	25 200	34%	3 800	23%	6 630	9%
36	rivegauche.ru	красота	22 500	59%	2 800	45%	8 040	10%
37	exist.ru	автотовары	22 200	12%	6 000	3%	3 700	9%
38	faberlic.com	красота	21 000	14%	7 500	5%	2 800	9%
39	kazanexpress.ru	универсальные магазины	17 600	-10%	22 000	-14%	800	4%
40	petshop.ru	FMCG	17 100	6%	4 700	-3%	3 640	9%
41	officemag.ru	офис и бизнес	16 900	16%	1 260	16%	13 400	0%
42	zdravcity.ru	здоровье	16 300	21%	9 900	35%	1 650	-10%
43	magnit.ru	FMCG	15 500	157%	10 000	129%	1 550	12%

Источник: Data Insight, Рейтинг Топ-100 интернет-магазинов в России 2023, 2024 – top100.datainsight.ru

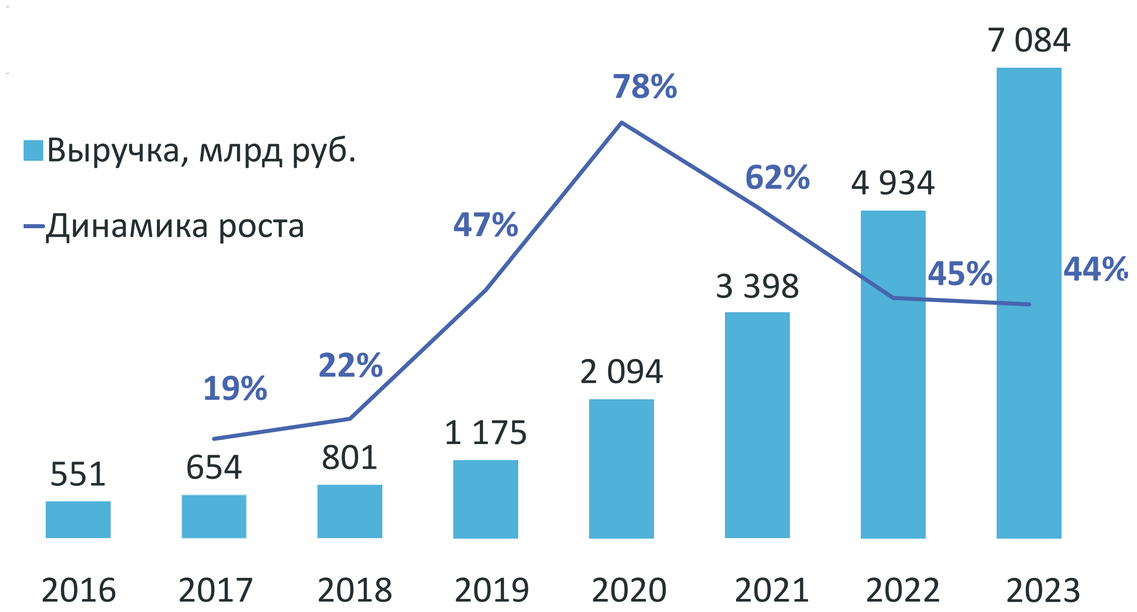
© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Альфа Банк

6 Динамика Топ-100: деньги и заказы

Объем выручки для Топ-100 российских онлайн-ритейлеров увеличился на **44%** в 2023, достигнув более **7 трлн руб.** Количество заказов за этот период также выросло и составило **5 млрд**, превосходя предыдущий год в **1,8** раза.

Объем онлайн-продаж, млрд руб.



Заказы, млн шт.



Данные до 2020 включительно – с учетом клиентских возвратов, данные за 2021 – за вычетом клиентских возвратов (без их вычета значение за 2021 было бы на 2–3% выше). Данные за 2022 и ранее включают выручку маркетплейсов от услуг селлерам; без учета выручки от услуг селлерам объем онлайн-продаж топ100 в 2022 году составил бы 4384 млрд, а рост объем онлайн-продаж в 2023 году составил бы +61%.

Источник: Data Insight. Рейтинг российских интернет-магазинов Топ-100, 2023, 2024 – datainsight.ru/winners–top100–2023.

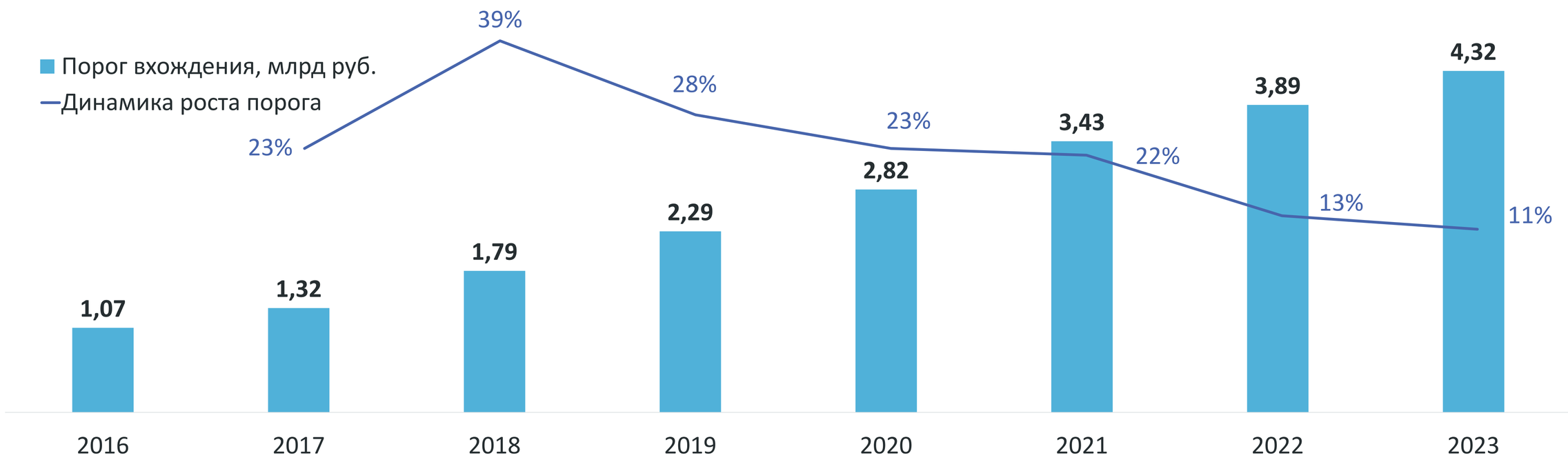
© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Альфа Банк

6 Порог вхождения в Топ-100

Порог вхождения в Топ-100 вырос за год на **11%** или **430 млн рублей** до более чем **4,3 млрд**. Впервые с 2018 года порог вхождения за год поднялся менее чем на **450 миллионов**.

Порог вхождения в рейтинг Топ-100 интернет-магазинов России, млрд руб.



Данные до 2020 включительно – с учетом клиентских возвратов, данные за 2021 – за вычетом клиентских возвратов (без их вычета значение за 2021 было бы на 2–3% выше).

Источник: Data Insight. Рейтинг российских интернет-магазинов Топ-100, 2023, 2024 – datainsight.ru/winners–top100–2023.

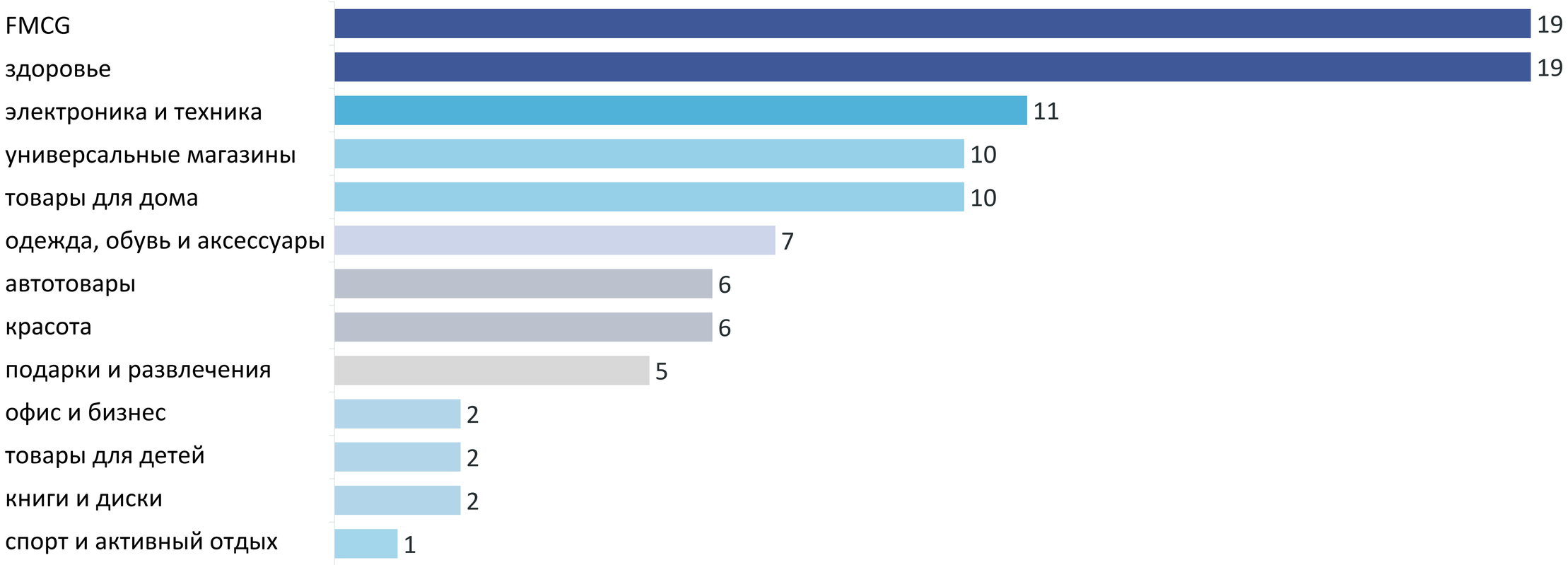
© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Альфа Банк

6 Структура Топ-100: товарные категории

В 2023 два лидера по количеству проектов в Топ-100: «FMCG» и «Здоровье». В этих категориях по 19 интернет-магазинов. В категории «FMCG» 16 из 19 магазинов относятся к подкатегории «Продукты питания».

Распределение интернет-магазинов Топ-100 по товарным категориям



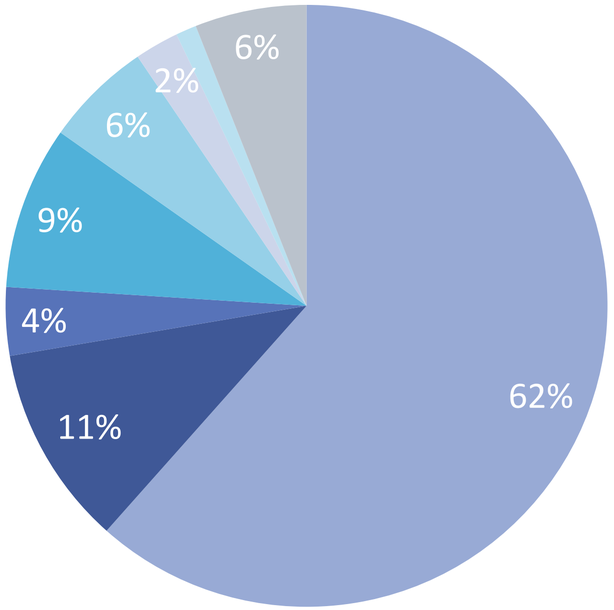
Источник: Data Insight. Рейтинг российских интернет-магазинов Топ-100, 2023, 2024 – datainsight.ru/winners–top100–2023.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

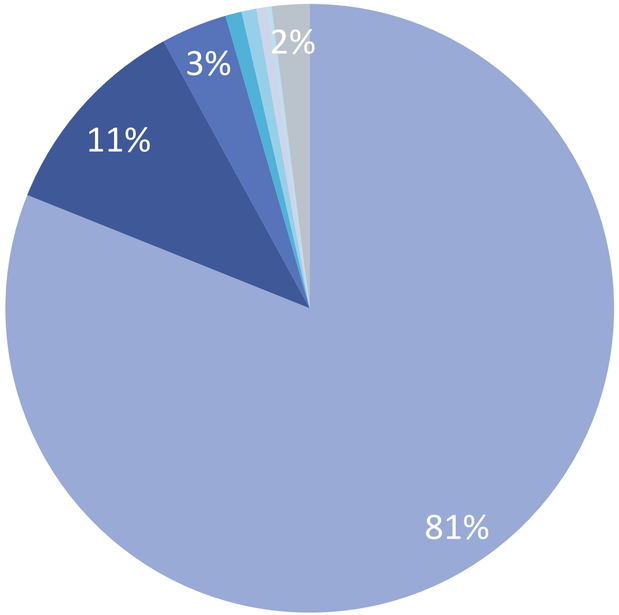
6 Структура Топ-100: деньги и заказы

Категория «FMCG» включает 19 проектов, однако обеспечивает лишь 11% от общего объема продаж. Лидером по объему онлайн-продаж и заказам являются универсальные магазины: на них приходится более половины объема продаж и более двух третей заказов. Несмотря на малую (1%) долю заказов, магазины категории «Электроника и техника» дают значительную (9%) долю объема онлайн-продаж.

Объем онлайн-продаж



Заказы



универсальные магазины
электроника и техника
FMCG
товары для дома и ремонта
здоровье
одежда, обувь и аксессуары
автотовары
другие категории

Источник: Data Insight. Рейтинг российских интернет-магазинов Топ-100, 2023, 2024 – datainsight.ru/winners–top100–2023.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

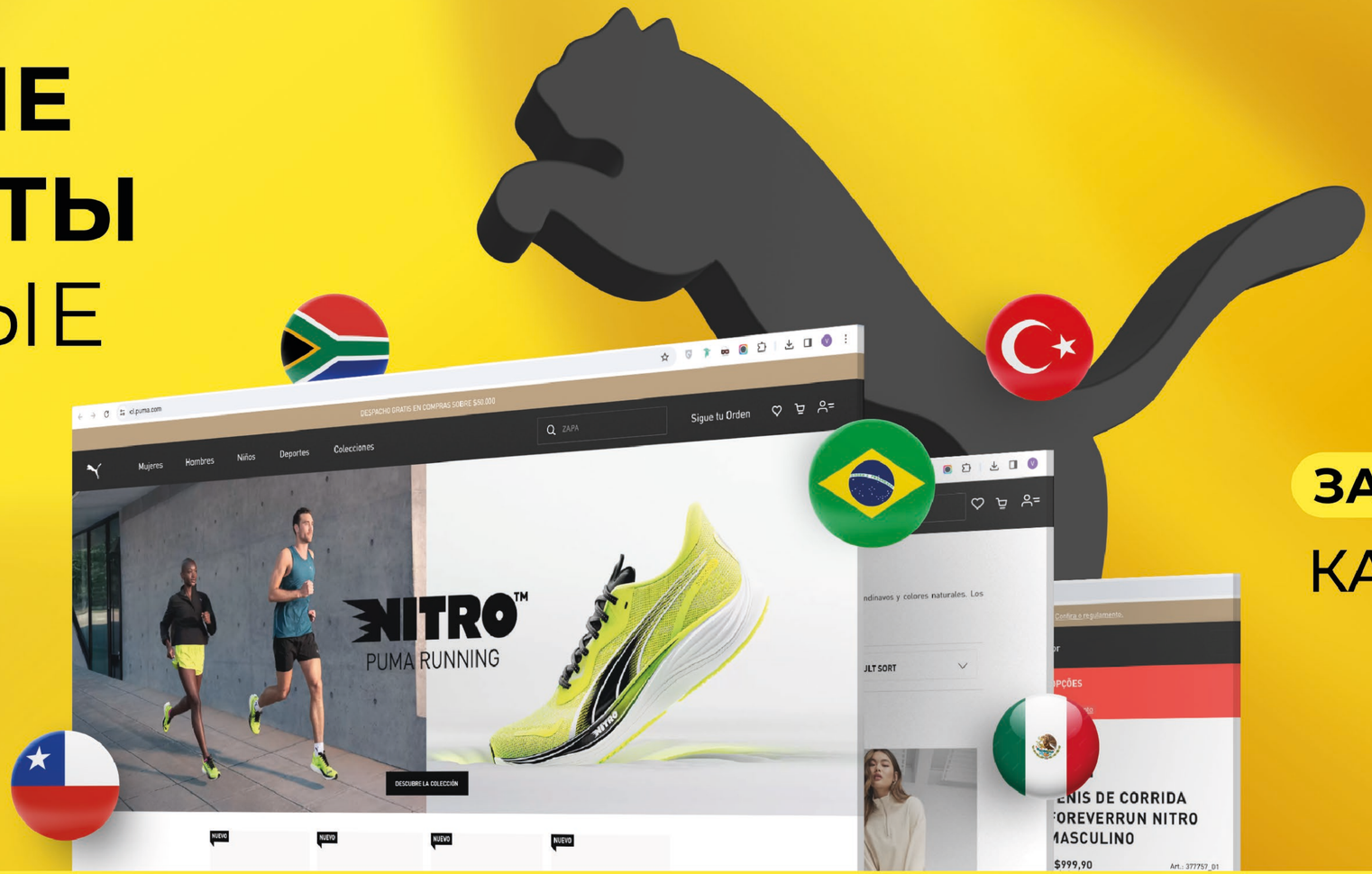
Реклама

оджетто

Надежные IT-решения для крупного eCommerce

oggetto.ru

БЫСТРЫЕ РОЛЛАУТЫ НА НОВЫЕ РЫНКИ



ЗАПУСК В НОВЫХ СТРАНАХ

ЗА 2 МЕСЯЦА

КАК У PUMA

AWWWARDS

Рекламодатель ООО «ОДЖЕТТО ВЕБ»

6 Лидеры категорий 2023

Номинация	FMCG (19 магазинов)	Здоровье (19 магазинов)	Электроника и техника (11 магазинов)	Универсальные магазины (10 магазинов)
Лидер по объему продаж (млн руб.)	Samokat.ru, 159 900	Apteka.ru, 73 100	Dns-shop.ru, 239 400	Wildberries.ru, 2 143 700
Лидер по количеству заказов (тыс. шт.)	Samokat.ru, 190 600	Apteka.ru, 46 700	Dns-shop.ru, 17 100	Wildberries.ru, 2 976 200
Лидер по среднему чеку (руб.)	Vprok.ru, 5 890	Stolichki.ru, 2 100	Xcom-shop.ru, 60 400	Rbt.ru, 10 100
Лидер роста по объему продаж	Magnit.ru, +157%	Megapteka.ru, +107%	Technopark.ru, +93%	Megamarket.ru, +417%
Лидер роста по количеству заказов	Winelab.ru, +134%	Megapteka.ru, +141%	Technopark.ru, +74%	Megamarket.ru, +199%
Лидер по росту среднего чека	Samokat.ru, +33%	Farmlend.ru, +6%	Mvideo.ru, +30%	Megamarket.ru, +73%

Источник: Data Insight. Рейтинг российских интернет-магазинов Топ-100, 2023, 2024 – datainsight.ru/winners–top100–2023.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Альфа Банк

6 Лидеры категорий 2023

Номинация	Товары для дома и ремонта (10 магазинов)	Одежда, обувь и аксессуары (7 магазинов)	Автотовары (6 магазинов)	Красота (6 магазинов)
Лидер по объему продаж (млн руб.)	Vseinstrumenti.ru, 151 600	Lamoda.ru, 119 300	Kolesa-darom.ru, 26 300	Goldapple.ru, 76 400
Лидер по количеству заказов (тыс. шт.)	Vseinstrumenti.ru, 21 900	Lamoda.ru, 23 000	Exist.ru, 6 000	Goldapple.ru, 18 500
Лидер по среднему чеку (руб.)	Divan.ru, 53 200	Tsum.ru, 30 900	Shinservice.ru, 41 900	Rivegauche.ru, 8 040
Лидер роста по объему продаж	Nonton.ru, +87%	Stockmann.ru, +122%	Shinservice.ru, +70%	Goldapple.ru, +98%
Лидер роста по количеству заказов	Nonton.ru, +82%	Stockmann.ru, +93%	Shinservice.ru, +54%	Goldapple.ru, +83%
Лидер по росту среднего чека	Pm.ru, +19%	Laredoute.ru, +29%	Shinservice.ru, +10%	Oriflame.ru, +20%

Источник: Data Insight. Рейтинг российских интернет-магазинов Топ-100, 2023, 2024 – datainsight.ru/winners–top100–2023.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Альфа Банк

6 Лидеры роста 2023 среди участников Топ-100, 2022

По объему продаж		По количеству заказов		По среднему чеку	
1	Megamarket.ru +417%	1	Megamarket.ru +199%	1	Megamarket.ru +73%
2	Magnit.ru +157%	2	Magnit.ru +129%	2	Samokat.ru +33%
3	Ozon.ru +125%	3	Dostavka.5ka.ru +104%	3	Mvideo.ru +30%
Средний рост*	36%	Средний рост*	30%	Средний рост*	5%

*Среди участников Топ-100, 2022, которые также вошли в Топ-100, 2023.

Источник: Data Insight. Рейтинг Топ-100 интернет-магазинов в России 2023, 2024 - top100.datainsight.ru.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

6 E-commerce Index Top-100: победители 2023

E-commerce Index Top-100 — это церемония награждения победителей рейтинга интернет-магазинов.

В начале апреля 2024 Data Insight подвела итоги 2023. В мероприятии участвовали крупнейшие российские интернет-магазины и сервисы. Награждение прошло в 17 номинациях.

Лидеры рынка

Крупнейшие интернет-магазины по обороту за 2023

I место

WILDBERRIES

II место

OZON

III место

Яндекс Маркет

Источник: Data Insight. Церемония награждения победителей рейтинга eCommerce Index Top-100, 2023, 2024 – top100party.ru.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Альфа Банк

6 E-commerce Index Top-100: победители 2023

Лидер роста: стайер

Самые высокие минимальные за три года темпы роста.

самокат

Лидер роста: ускорение

Максимальное улучшение динамики в 2023 относительно динамики 2022.

ПЕРВЫЙ МЕБЕЛЬНЫЙ

Лидер роста: потенциал

Интернет-магазин из числа не входящих в Топ-100, который при продолжении роста прошедшего года будет выше всего по объему онлайн-продаж в текущем году.

SPAR

Лидер роста: развитие

Наибольшие темпы роста.

мега маркет

Источник: Data Insight. Церемония награждения победителей рейтинга eCommerce Index Top-100, 2023, 2024 – top100party.ru.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Альфа Банк

6 E-commerce Index Top-100: победители 2023

Лидер роста: рост доли рынка

Наибольший прирост (разница) доли онлайн-рынка.

OZON

Лидер роста: прорыв года

Наибольший объем онлайн-продаж среди интернет-магазинов, впервые вошедших в Топ-100.

ВИНЛАБ
СУПЕРМАРКЕТ НАПИТКОВ

Лидер роста: лидер среди селлеров

Мультибрендовый селлер с наибольшим объемом продаж на маркетплейсах.

ДОМАШНИЙ Текстиль

Лидер роста: рост в мобайле

Лидер по динамике количества установок приложения

АптекиПлюс

Источник: Data Insight. Церемония награждения победителей рейтинга eCommerce Index Top-100, 2023, 2024 – top100party.ru.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

6 E-commerce Index Top-100: победители 2023

Бренд в онлайне: рост прямых продаж

Наибольшие темпы роста объема онлайн-продаж через собственный сайт или приложение среди производителей, входивших в Топ-100 прошлого года.

SOKOLOV

Бренд в онлайне: развитие ритейл-бренда

Наибольшие темпы роста объемов прямого трафика среди магазинов, входивших в Топ-100 предыдущего года.



Бренд на маркетплейсах: развитие

Самый быстрорастущий из Топ-100 брендов на маркетплейсах.

GALTEX

Бренд на маркетплейсах: прорыв года

Самый большой по объему продаж на маркетплейсах бренд из числа тех, кто не входил Топ-100 на маркетплейсах годом ранее.

[ТЕЛОДВИЖЕНИ'Я]

Источник: Data Insight. Церемония награждения победителей рейтинга eCommerce Index Top-100, 2023, 2024 – top100party.ru.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Альфа Банк

6 E-commerce Index Top-100: победители 2023

Бренд в онлайне: продажи на маркетплейсах

Бренд с наибольшим объемом прямых продаж через маркетплейсы.

sela

CPA-маркетинг. Лучшее развитие своей партнерской сети

Специальная номинация от генерального партнера Adv.Cake.

36.6 интернет аптека

Источник: Data Insight. Церемония награждения победителей рейтинга eCommerce Index Top-100, 2023, 2024 – top100party.ru.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Реклама

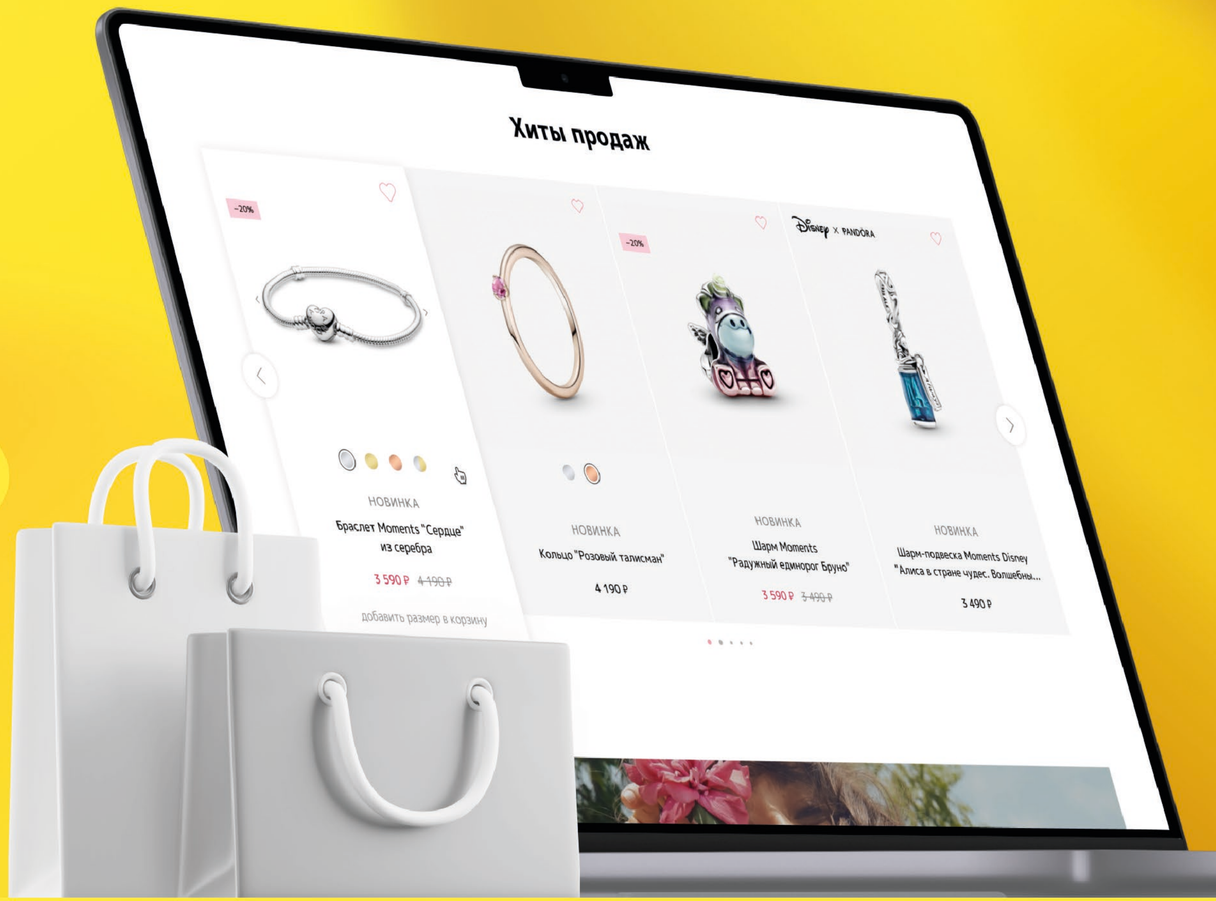
оджетто

Надежные IT-решения для крупного eCommerce

oggetto.ru

MVP ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА

ЗА 1,5 МЕСЯЦА

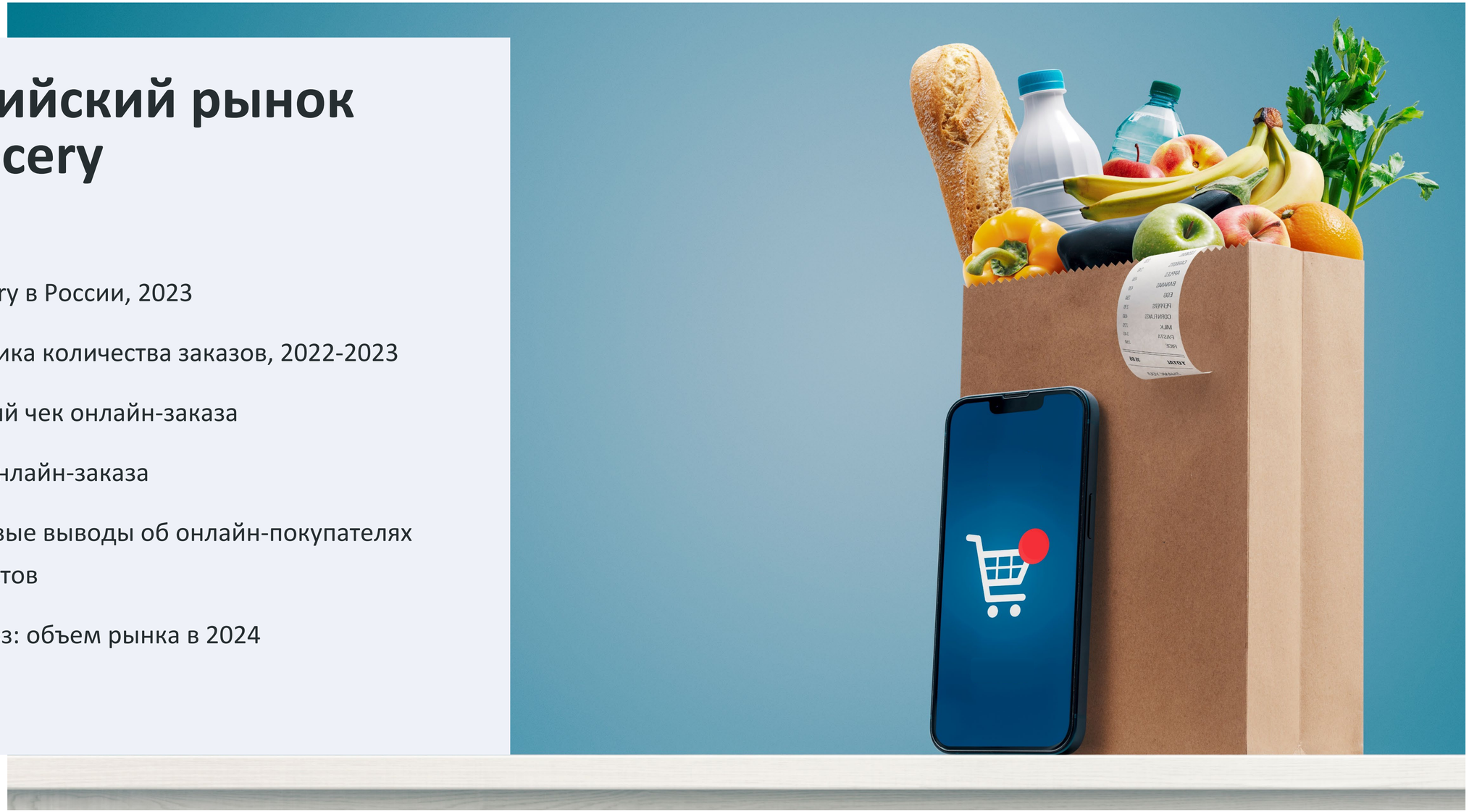


СТАРТ «С НУЛЯ» ИЛИ БЫСТРЫЙ ПЕРЕЗАПУСК

Рекламодатель ООО «ОДЖЕТТО ВЕБ»

Российский рынок eGrocery

- eGrocery в России, 2023
- Динамика количества заказов, 2022-2023
- Средний чек онлайн-заказа
- Цель онлайн-заказа
- Ключевые выводы об онлайн-покупателях продуктов
- Прогноз: объем рынка в 2024



© ООО «Дейта Инсайт», 2024

9 Бюллетень eGrocery Data Insight



Бюллетень eGrocery в России

В бюллетене раскрываются основные цифры, характеризующие рынок онлайн продажи продуктов за февраль 2024 года.



Приложение к бюллетеню eGrocery

Включает данные по количеству заказов в основных регионах присутствия для ТОП-15 крупнейших магазинов.

Оформить ежемесячную подписку

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

9 eGrocery в России, 2023

eGrocery включает продажи специализированных интернет-магазинов и специализированных служб доставки продуктов питания, в том числе заказы продуктов питания через службы доставки еды из ресторанов без учета несрочной доставки продуктов питания через универсальные и мультикатегорийные интернет-магазины и маркетплейсы.

607 млн

заказов

+48%

1 410 руб.

средний чек

+5%



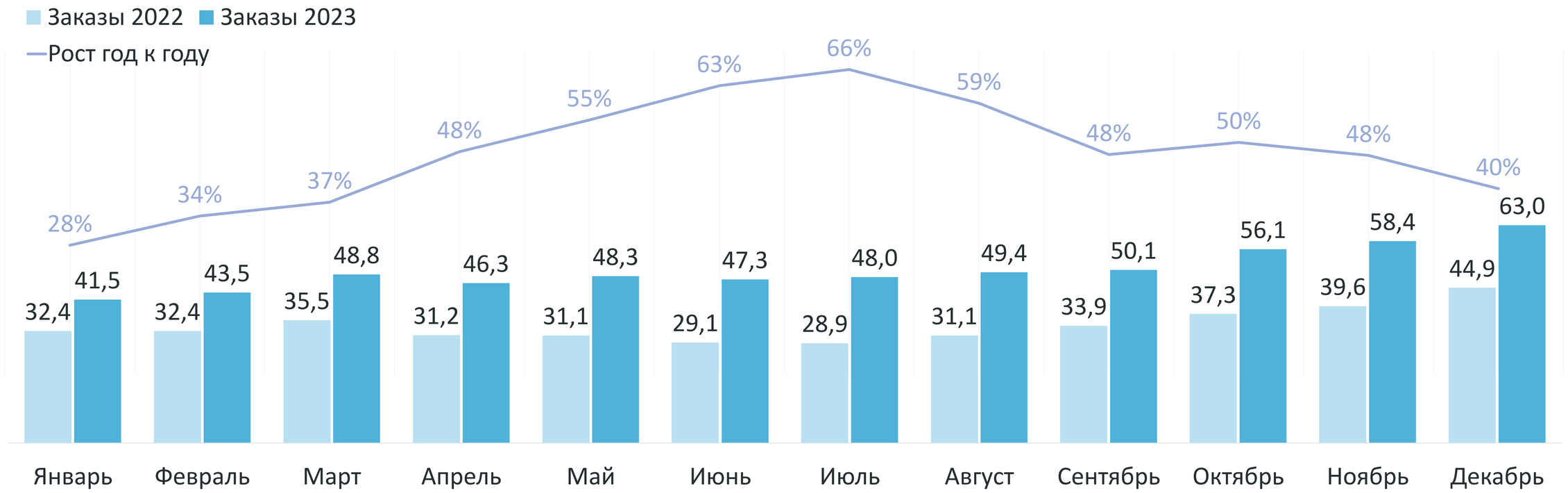
Источник: Data Insight, 2024: ежемесячный бюллетень eGrocery – datainsight.ru/eGrocery_february_2024

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

9 Динамика количества заказов

В 2022 после мартовского всплеска количество заказов снижалось с апреля по июль. Рост возобновился с августа, а в декабре количество заказов приблизилось к **45 млн**. В 2023 мы наблюдали сходную картину: заметный рост в марте и переменная динамика конца весны - начала лета. Декабрь 2023 с показателем **63 млн** заказов стал рекордным за всю историю.

Количество заказов по месяцам, 2022-2023, млн



Не учитываются продажи маркетплейсов с несрочной доставкой.

Источник: Data Insight, 2023: ежемесячный бюллетень eGrocery – datainsight.ru/eGrocery_January_2024.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Альфа Банк

9 Средний чек онлайн-заказа

Чек **20%** заказов составляет до 1 000 руб., от 1 000 до 1 500 руб. – **19%**, на чеки в интервалах стоимости от 1 500 до 2 000 руб. приходится **17%**. У покупателей в возрасте 35-44 года наблюдается наибольший медианный чек – **2 200 руб.**, наименьший чек у молодежи (18-24 года), он составил **1 500 руб**.

Стоимость заказа	2 000 руб.
Состав заказа	8 наименований различных товаров
Частота совершения покупки	2 раза в месяц
Доля в месячных расходах на еду (заказ продуктов через интернет)	Более 20%



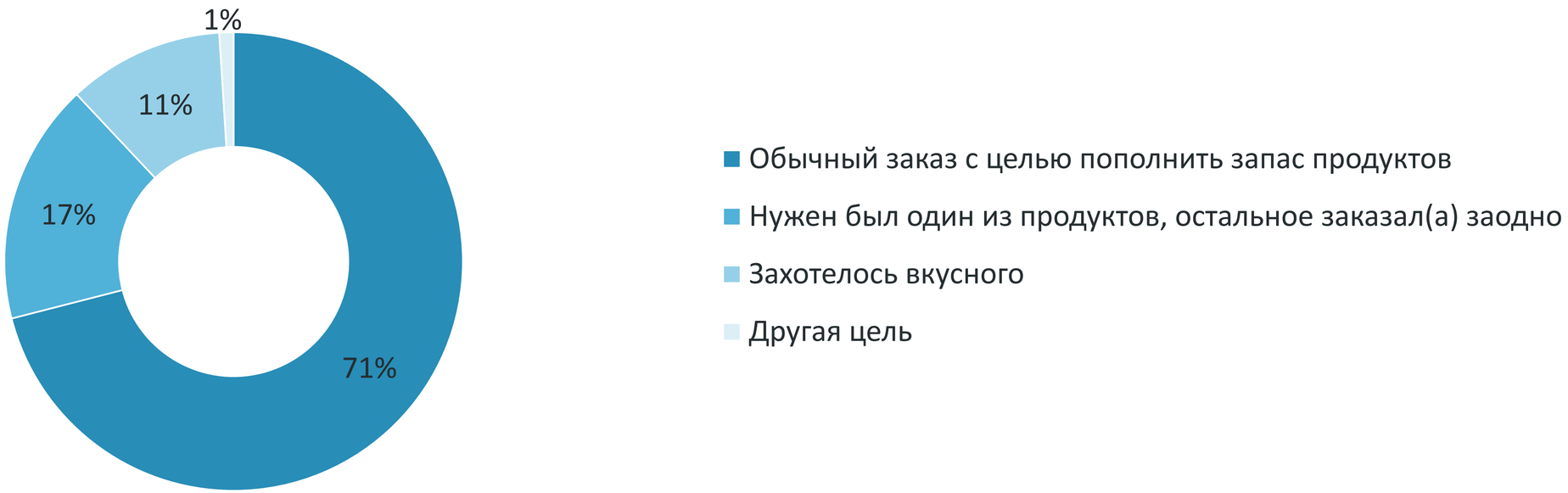
Источник: Data Insight. Кто, как и почему заказывает доставку продуктов 2023, 2023 –datainsight.ru/DI_eGrocery_buyers_2023.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

9 Цель онлайн-заказа

71% заказов были сделаны в рамках обычной плановой закупки продуктов. **17%** - это докупка, то есть был нужен какой-то из продуктов, а остальные были заказаны заодно. **11%** - заказов были сделаны под влиянием момента, потому что захотелось вкусного.

Цель последнего онлайн-заказа



Онлайн-опрос покупателей в рамках исследования «Кто, как и почему заказывает доставку продуктов 2023». Вопрос: «Укажите, пожалуйста, какова была цель Вашего последнего заказа». База: Россия, города 1млн+, 18-54, покупали продукты питания через интернет за 30 дней, предшествующих опросу, N=1784.

Источник: Data Insight. Кто, как и почему заказывает доставку продуктов 2023, 2023 –datainsight.ru/DI_eGrocery_buyers_2023.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Альфа Банк

9 Ключевые выводы об онлайн-покупателях продуктов

Около 11% респондентов

не являются сегодня активными покупателями продуктов через интернет («попробовали и перестали»). Такое поведение более характерно для молодых покупателей в возрасте 18-24 года.

78% онлайн-покупателей продуктов

выбирают курьерскую доставку (москвичи – 84%, а жители городов- миллионников – 75%). Самостоятельно забирают заказ из магазина 10% опрошенных покупателей, преимущественно до 35 лет, а из ПВЗ – 11%.

40% респондентов

делают заказы продуктов питания через интернет регулярно, несколько раз в месяц. Почти каждый пятый (18%) делает заказы несколько раз в неделю: москвичи – 21%, а жители других городов-миллионников – 16%.

65% составляет

доля самой многочисленной группы по возрасту – покупатели продуктов через интернет в возрасте 35-54 года. В Москве – 79%, а в городах-миллионниках – 55%.

Для 78% респондентов

покупка продуктов питания онлайн – это обычный заказ с целью пополнить запас продуктов, а 15% обращаются к онлайн-покупкам, когда нужен один из продуктов, остальное заказывают заодно. И для 6% – когда захотелось вкусного.

Источник: Data Insight. Кто, как и почему заказывает доставку продуктов 2023, 2023 – datainsight.ru/DI_eGrocery_buyers_2023.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

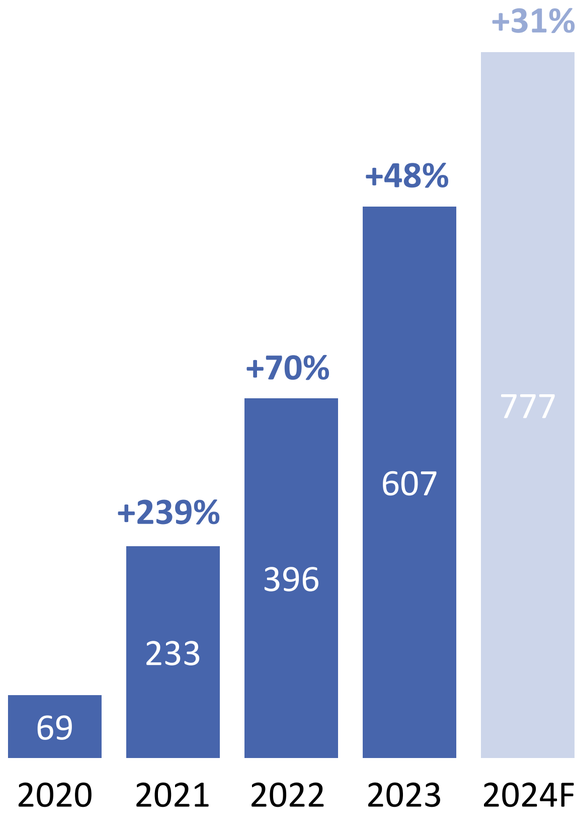
9 Прогноз объема рынка eGrocery в 2024

ПРОГНОЗ*

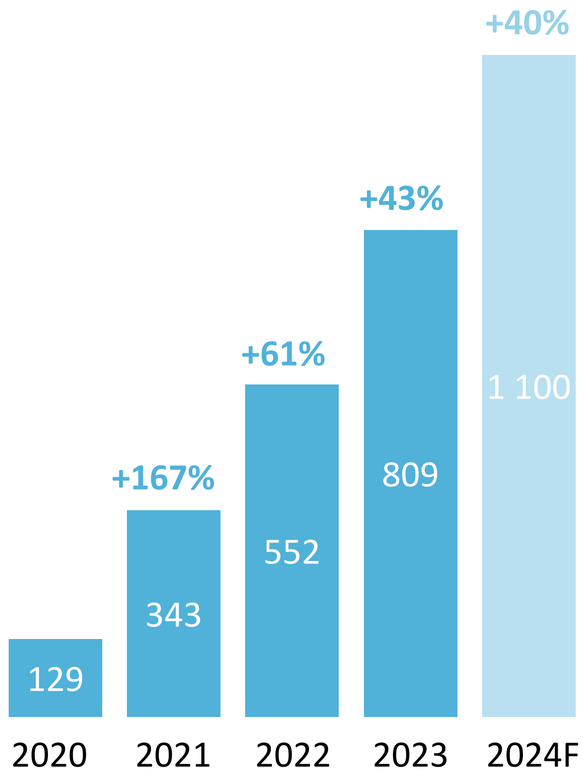
Количество заказов по итогам 2024 может составить около **780 млн**, а годовой объем продаж – **1,1 трлн руб**.

Прогноз не учитывает возможные негативные сценарии – резкое ухудшение динамики реальных доходов, резкий рост инфляции и/или уход с рынка ряда ключевых игроков.

Количество заказов, млн шт.



Объем выручки, млрд руб.



*Прогноз на основе данных по январь 2023 включительно.

Источник: Data Insight, 2023. Ежемесячный бюллетень eGrocery – datainsight.ru/eGrocery_february_2024.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Альфа Банк

Реклама

ROBOKASSA

Сервис приёма онлайн-платежей

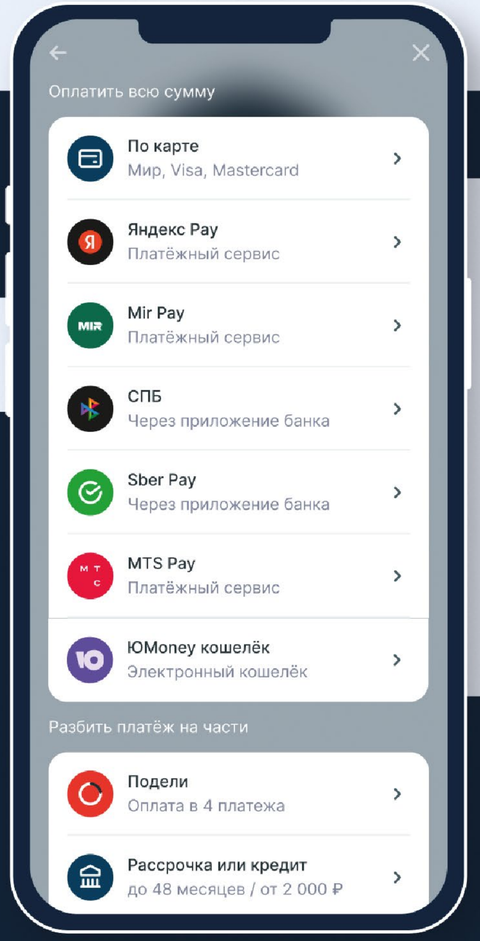
21 год работы | **230 000** клиентов | **98%** конверсия*

* по банковским картам РФ, данные продуктовой аналитики.

Принимайте оплату где и как удобно клиенту!

Система платежей для роста вашего бизнеса

- **Без границ:** с карт РФ и иностранных карт
- **Клиент платит, как ему удобно:** 13+ способов оплаты
- **Безопасная оплата:** на сайт, в соцсети и мессенджеры
- **Без сомнений:** в рассрочку, кредит и по частям
- **Разово или по подписке:** продавайте регулярно
- **Чеки по 54-ФЗ:** встроенная, онлайн и физическая касса



1 день на подключение

интеграция

договор на всё

Подключайтесь к Robokassa и увеличивайте продажи

Рекламодатель ООО «РОБОКАССА»

Российский рынок ePharma

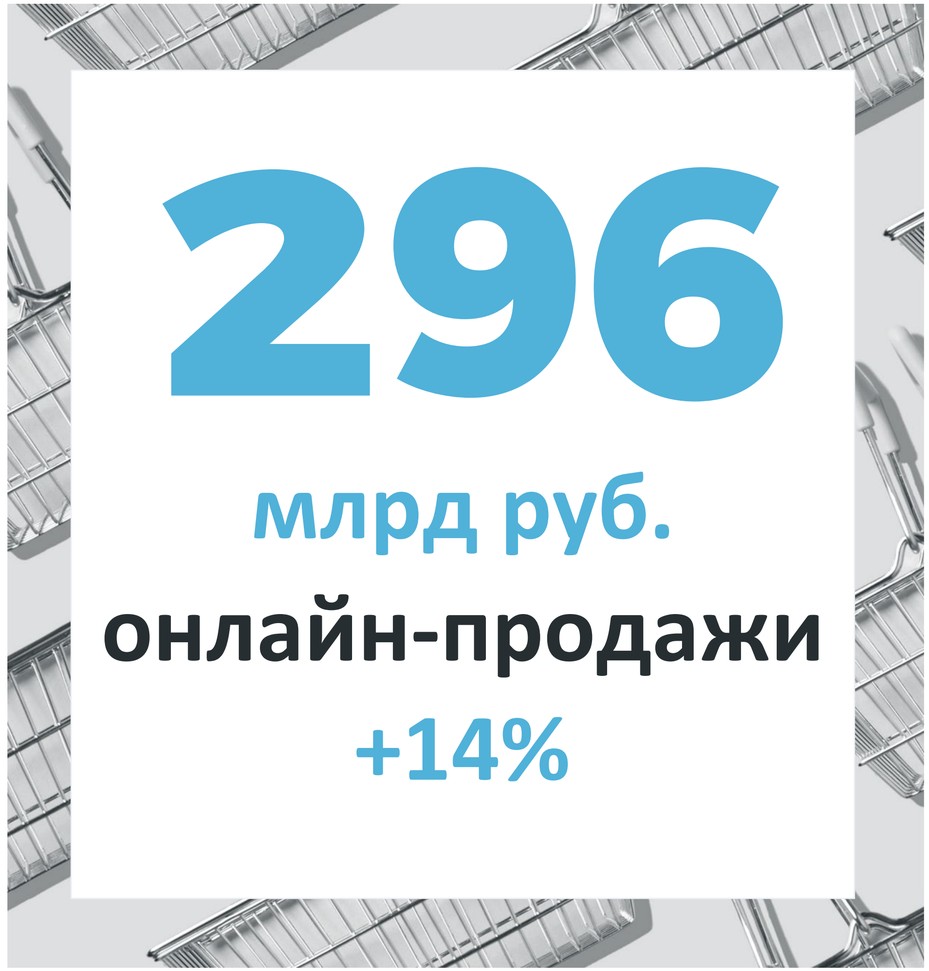
- Рынок ePharma: структура
- Рынок ePharma трансформация 2023
- Рынок ePharma: факторы влияния 2023
- Рынок интернет-аптек, 2023
- Покупатели аптечных товаров в онлайн-канале
- Аптечные товары в онлайн-канале
- Аптечные товары во внеаптечных каналах
- Причины покупки в онлайн-канале



© ООО «Дейта Инсайт», 2024

8 Рынок интернет-аптек, 2023

Аптечный онлайн-канал: включены интернет-магазины, специализирующиеся, в первую очередь, на продаже лекарственных средств. Не включены продажи аптечных товаров через маркетплейсы и интернет-магазины, специализирующиеся на продаже очков и линз, медицинского оборудования, БАДов и других нелекарственных товаров для здоровья. Статистика сегмента приводится по **89 интернет-аптекам**.



198 млн
заказов
+19%

1 500 руб.
средний чек
-5%

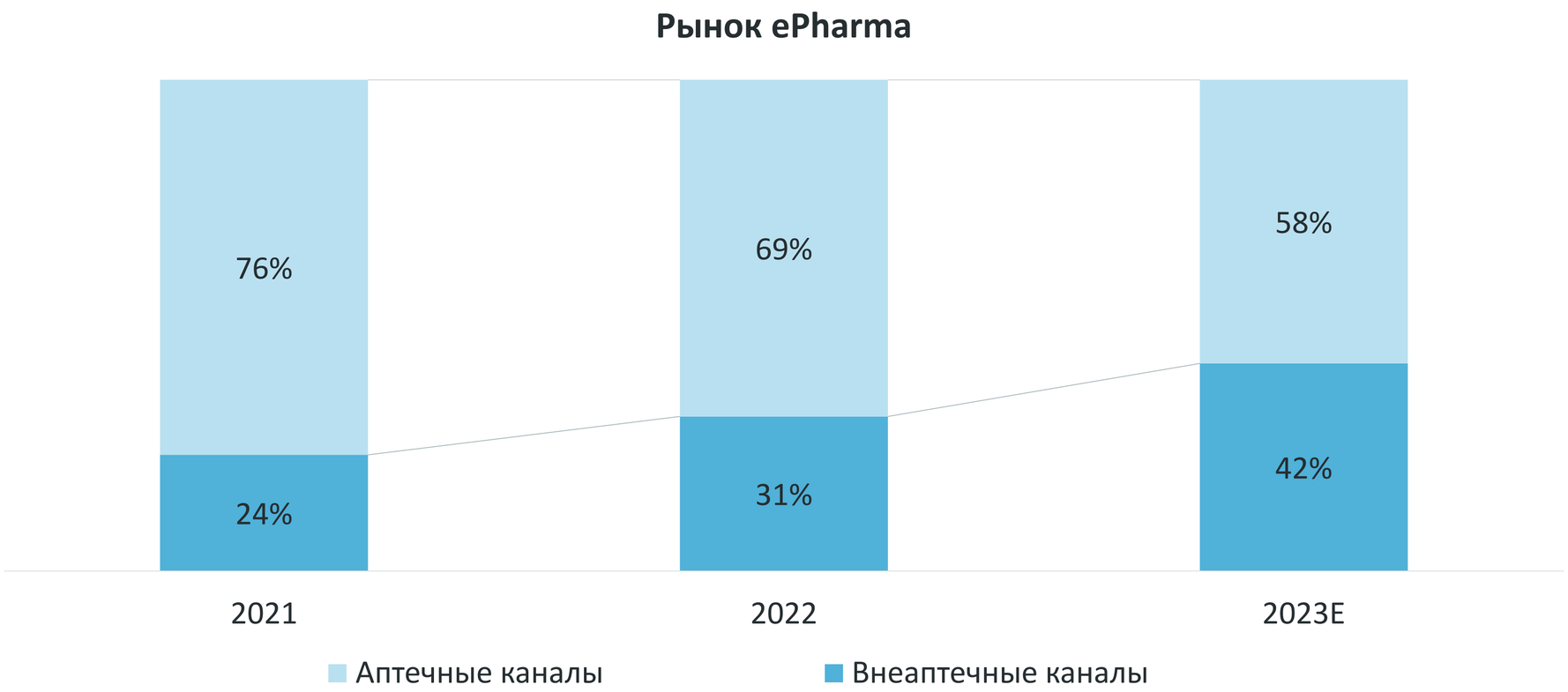
17%
доля ePharma от всего коммерческого рынка фармы

Источник: данные Data Insight, апрель 2024.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

10 Рынок ePharma: структура

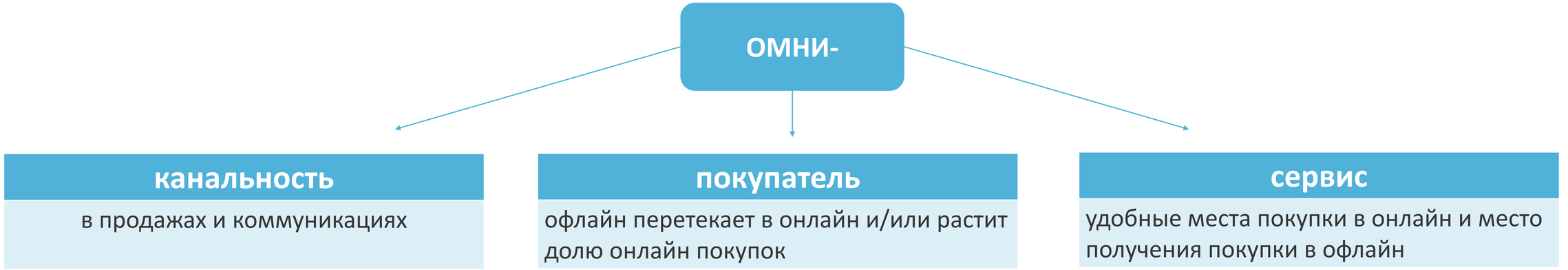
На рынке ePharma с учетом продаж во внеаптечных каналах заметно вырастет доля последних. Мы прогнозируем долю продаж на универсальных маркетплейсах и через сервисы eGrocery **49%** к 2025.



Источник: Data Insight, «ePharma в России – прогноз развития 2023-2025», 2023 – datainsight.ru/DI_prognoz_epharma_2023.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

10 Рынок ePharma: трансформация 2023



- Развитие **собственного бренда** аптечными сетями в онлайн и офлайн.
- Развитие собственных торговых марок (**СТМ)** игроками.
- **Перетекание продаж во внеаптечные каналы – маркетплейсы** (по категориям: «БАДы и витамины», «Лечебная косметика», «Медтехника») и увеличение продаж на **площадках eGrocery.**

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

10 Рынок ePharma: факторы влияния 2023

Рост доли онлайн-покупок в покупках аптечных товаров:

рост доли онлайн-покупок у опытного онлайн-покупателя и перетекание покупателей из офлайн в онлайн.

Рост продаж аптечных товаров во внеаптечных каналах продаж:

- стремительный рост маркетплейсов в целом на рынке, а также рост категорий аптечных товаров: фармы (незначительно) и парафармы (значительно);
- рост сегмента eGrocery: рост предлагаемого ассортимента аптечных товаров на площадках, доступных для доставки вместе с продуктами питания.

COVID-19: фокус потребителей на профилактику заболеваний:

массовая привычка принимать БАДы и витамины.

Активный маркетинг аптечных сетей по «перетягиванию» покупателей в онлайн-канал:

развитие собственных онлайн-каналов и развитие омниканальности в продажах.

Уход производителей с российского рынка или отзыв (полный и/или частичный) некоторых лекарств и субстанций для поставки в Россию:

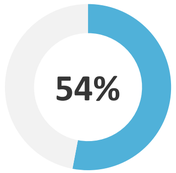
усложнение трансграничной логистики и изменения в ассортименте: дефектура/замена отдельных позиций препаратов.

Инфляционные процессы в стране

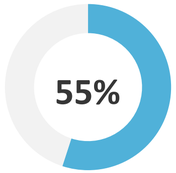
Источник: Data Insight. «Онлайн-канал в покупке аптечных товаров. Поведение покупателей», 2023 – datainsight.ru/DI_Pharmacy_shoppers_2023.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

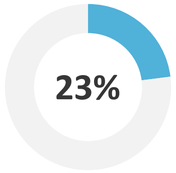
10 Покупатели аптечных товаров в онлайн-канале



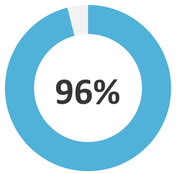
покупателей аптечных товаров воспользовались для совершения покупки онлайн-каналом



онлайн-покупателей имеют опыт покупки аптечных товаров на маркетплейсах

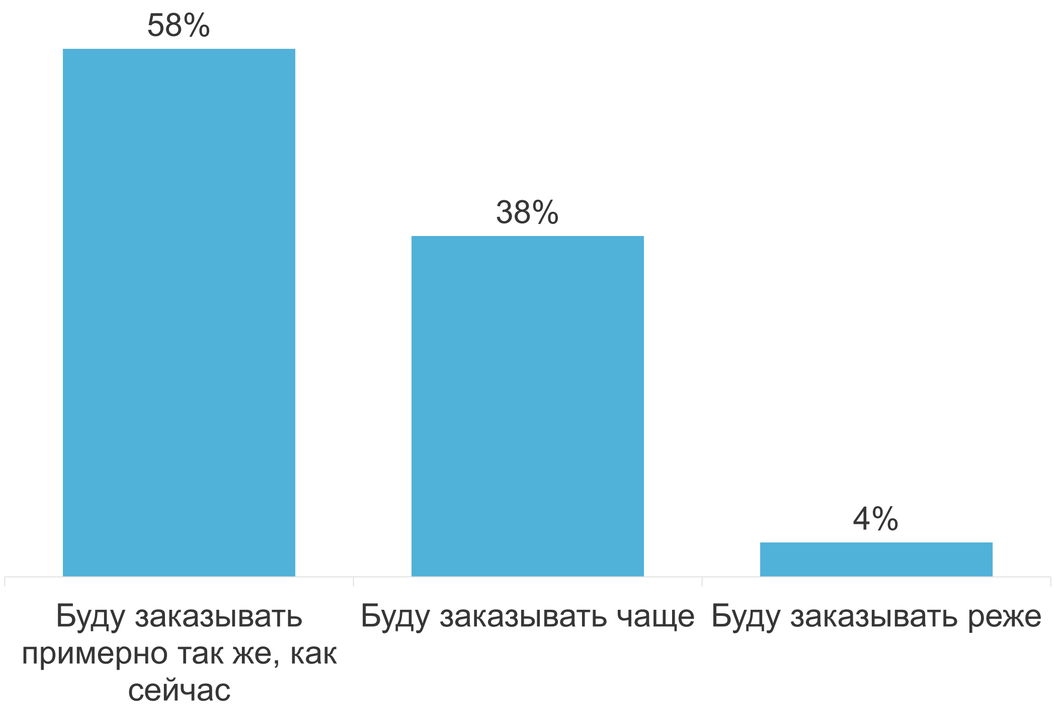


онлайн-покупателей имеют опыт покупки аптечных товаров на площадках eGrocery



покупателей сказали о своем намерении продолжать покупки через интернет в следующем году

Намерение совершать онлайн-заказ



Онлайн-опрос покупателей (18-64) в рамках исследования «Онлайн-канал в покупке аптечных товаров. Поведение покупателей», вся Россия, май 2023, N=1096. Вопрос: «Как Вы думаете, в ближайшие 12 месяцев Вы будете заказывать в онлайне лекарства и аптечные товары чаще или реже, чем сейчас?»

Источник: Data Insight. «Онлайн-канал в покупке аптечных товаров. Поведение покупателей», 2023 – datainsight.ru/DI_Pharmacy_shoppers_2023.

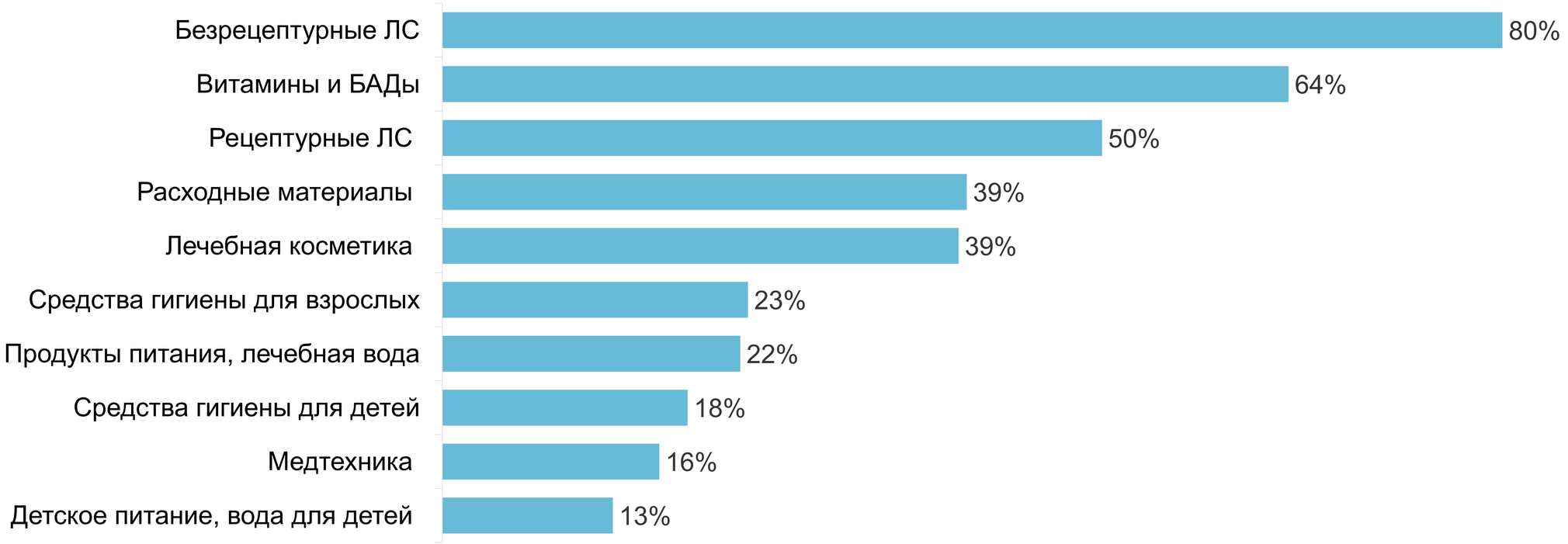
© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Альфа Банк

10 Аптечные товары в онлайн-канале

Безрецептурные лекарственные средства – категория аптечных товаров, которую чаще всего заказывали через интернет. 80% опрошенных сказали об этом.

Какие категории аптечных товаров заказывают в онлайн-канале



Онлайн-опрос покупателей (18-64) в рамках исследования «Онлайн-канал в покупке аптечных товаров. Поведение покупателей», вся Россия, май 2023, N=1096. Вопрос: «Какие товары из перечисленных ниже Вы заказывали через интернет хотя бы один раз за последние 12 месяцев».
Источник: Data Insight. «Онлайн-канал в покупке аптечных товаров. Поведение покупателей», 2023 – datainsight.ru/DI_Pharmacy_shoppers_2023.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Альфа Банк

10 Аптечные товары во внеаптечных онлайн-каналах



Онлайн-опрос покупателей (18-64) в рамках исследования «Онлайн-канал в покупке аптечных товаров. Поведение покупателей», вся Россия, май 2023, N=1096. Вопросы: «Что из перечисленного ниже Вы покупали в подобных универсальных интернет-магазинах (маркетплейсах) за последние 12 месяцев?», «Что из перечисленного ниже Вы покупали на подобных сайтах / в приложениях сервисов быстрой доставки» N=604.

Источник: Data Insight. «Онлайн-канал в покупке аптечных товаров. Поведение покупателей», 2023 – datainsight.ru/DI_Pharmacy_shoppers_2023.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

10 Причины покупки в онлайн-канале

Удобство становится важнее экономии времени, аптечная продукция в интернете перестает быть только товаром.

Почему покупали аптечные товары в онлайн-канале?



Онлайн-опрос покупателей (18-64) в рамках исследования «Онлайн-канал в покупке аптечных товаров. Поведение покупателей», вся Россия, май 2023, N=1096. Вопрос: «Что для Вас является главной причиной для использования интернета при покупке лекарств и другого аптечного ассортимента в онлайне?»

Источник: Data Insight. «Онлайн-канал в покупке аптечных товаров. Поведение покупателей», 2023 – datainsight.ru/DI_Pharmacy_shoppers_2023.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Альфа Банк

DI & EW club

Data Insight совместно с EW club создали «Клуб лидеров электронной торговли»

Развивая себя, мы развиваем рынок

- Полезен тем, кто хочет лучше узнать рынок
- Возможность решить свой запрос в кругу единомышленников

Мы продаем онлайн, а встречаемся оффлайн

отсканируйте QR-код, заполните анкету для вступления в Клуб

Кооперация и коллаборации, а не конкуренция

- Обмен опытом. Networking
- Повысить свою ценность и популярность

Клуб людей, а не компаний

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

DI & EW club

E-commerce Weekend

Следующий EW в августе 2024 г

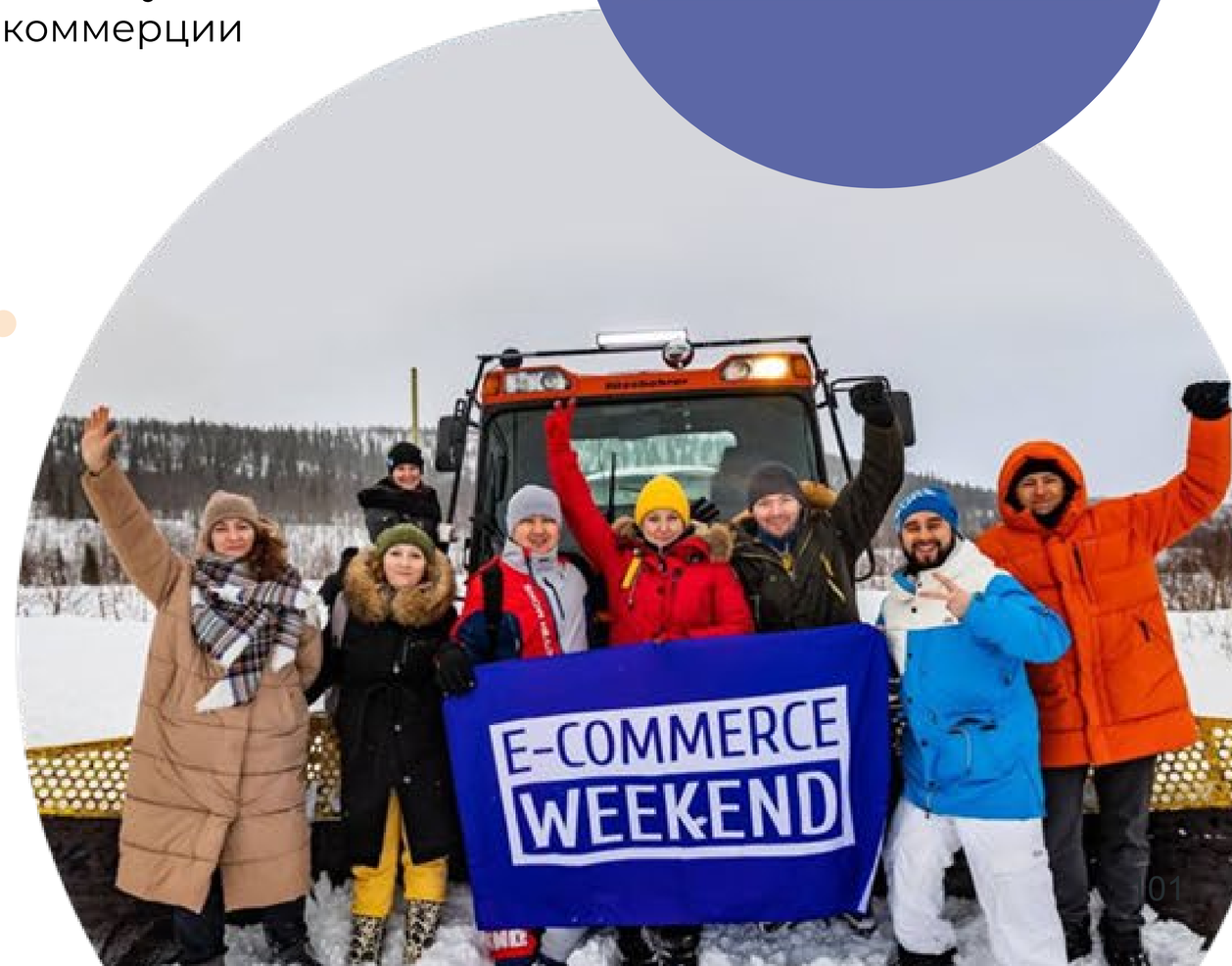
E-COMMERCE WEEKEND

Это выездное мероприятие, организованное совместно Data Insight и EW club, сочетающее деловую и неформальную части с участием лидеров и экспертов электронной коммерции и компаний, способствующих развитию ECOM. Прекрасная возможность стать частью сообщества успешных бизнесменов и топ-менеджеров ECOM, найти единомышленников и партнеров по бизнесу, обменяться опытом и поучаствовать в захватывающих мероприятиях.

- **Мы организовали уже 17 ECOMMERCE WEEKEND в разных локациях**
- **Посетили 12 уникальных регионов России и 5 стран**
- **Наши мероприятия посетили более 2000 участников, многие из которых принимают участие каждый год**

2015

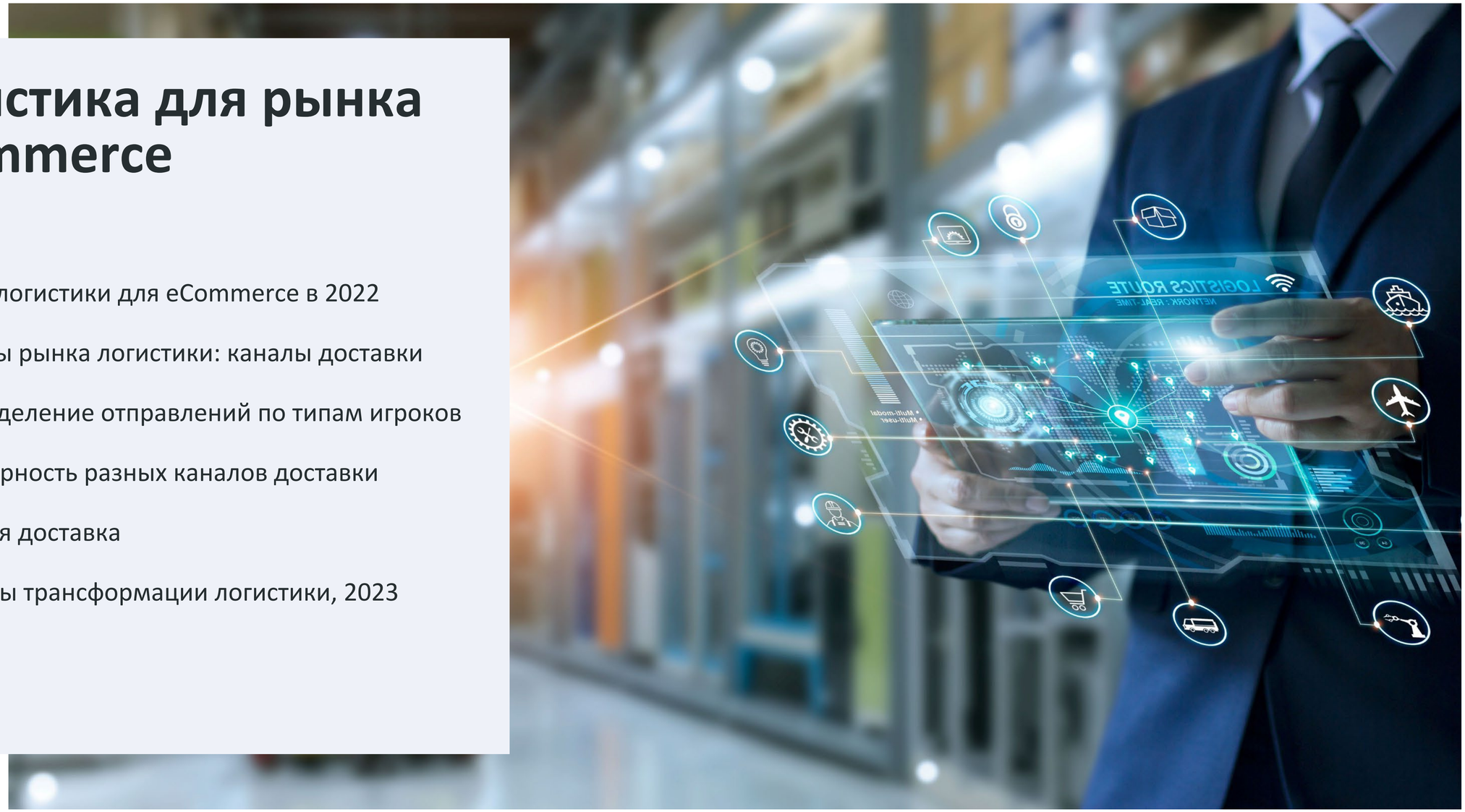
2024



© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Логистика для рынка eCommerce

- Рынок логистики для eCommerce в 2022
- Объемы рынка логистики: каналы доставки
- Распределение отправлений по типам игроков
- Популярность разных каналов доставки
- Срочная доставка
- Факторы трансформации логистики, 2023

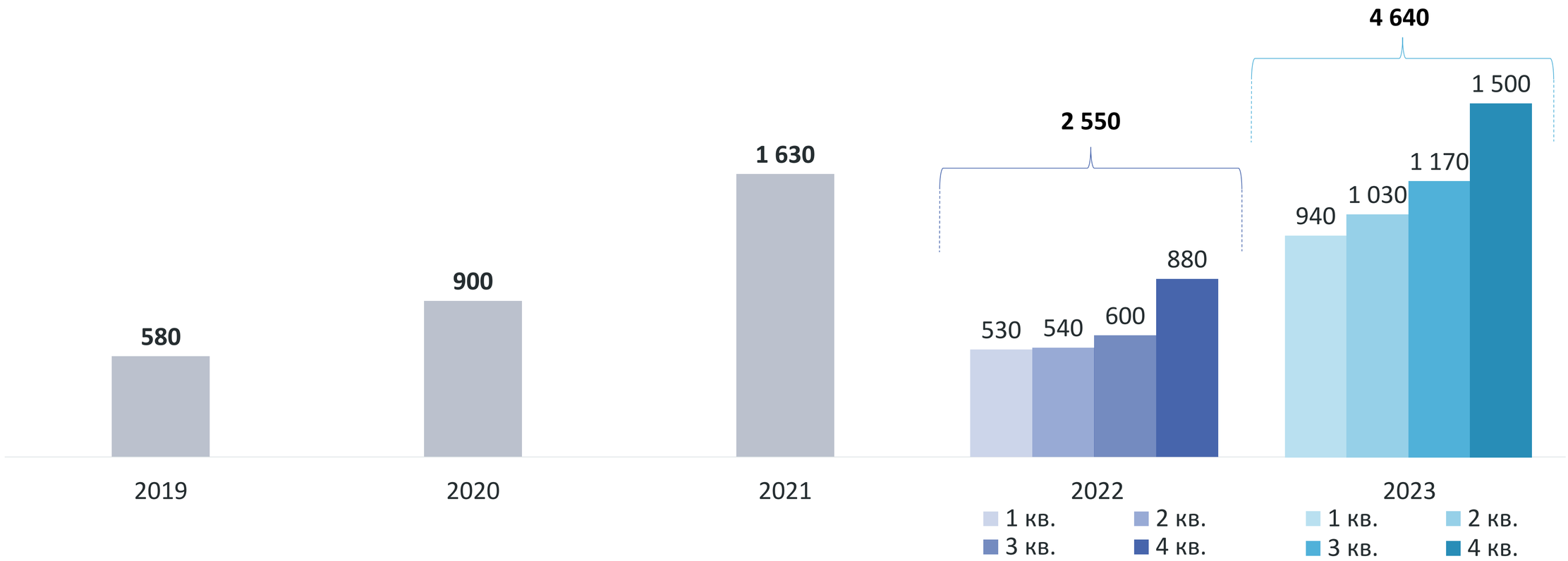


© ООО «Дейта Инсайт», 2024

9 Рынок логистики для eCommerce, 2023

В 2023 г. доставлено **более 4 640 млн отправлений**, рост относительно 2022 г. составил более 82%.

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



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

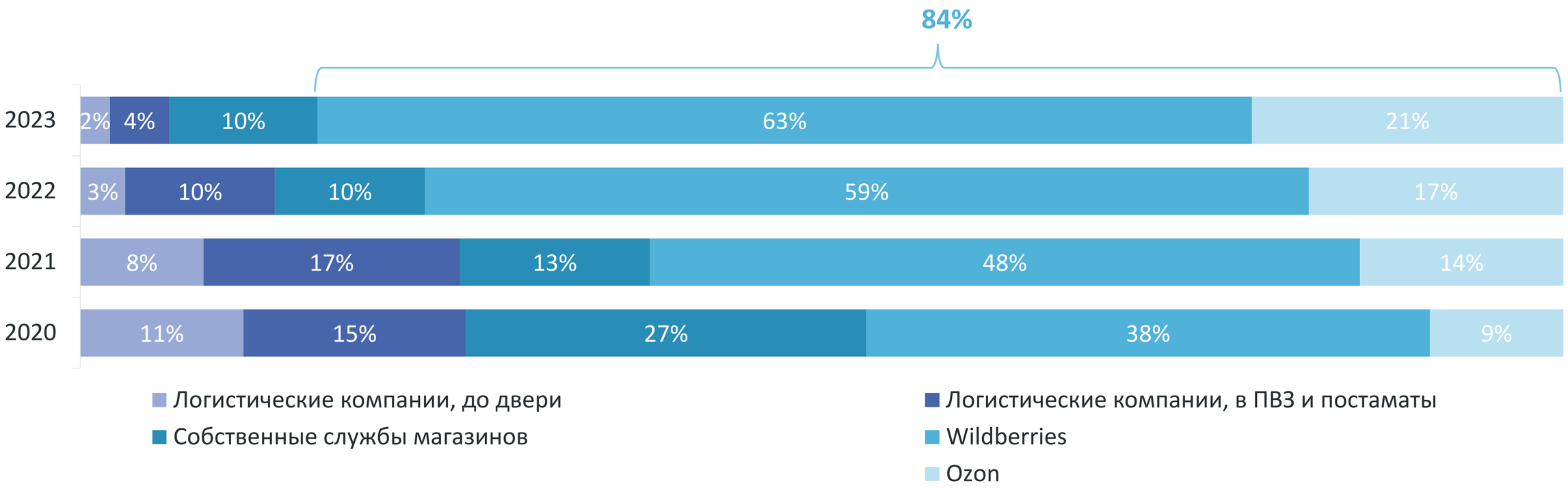
Источник: Data Insight, март 2024

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

9 Распределение отправлений по типам игроков

В среднем по итогам 2023 доля собственных служб доставки **выросла на 8 п.п. – 94%** по сравнению с 86% в 2022. Суммарная доля отправлений маркетплейсов Ozon и Wildberries в 2023 составила 84%.

Распределение отправлений по типам игроков, 2020-2023



Оценка количества заказов представлена с учетом заказов C2C и MLM. Оценка не включает заказы eGrocery.
Источник: Data Insight. Размер рынка логистики для eCommerce, 2023 — datainsight.ru/DI_LogisticsSize2023.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Альфа Банк

9 Популярность разных каналов доставки

Самовывоз – самый востребованный способ доставки.



Ответы на вопрос: «Если в интернет-магазине есть возможность выбора, какой вариант доставки Вы предпочитаете в большинстве случаев?»
Респондентов: 1 145.
Источник: Data Insight. Логистика интернет-торговли России в 2023. Мнения и ожидания, 2023 — datainsight.ru/DI_ecom_logistics_opinions_expectations_2023.
© ООО «Дейта Инсайт», 2024

9 Срочная доставка

Понятие «срочной доставки» варьируется среди потребителей, но большинство ожидает, что товар будет доставлен на следующий день или в течение того же дня. Ожидания относительно более короткого времени доставки менее однозначны и могут значительно различаться. Опрос свидетельствует, что гонка за скоростью доставки и попыткой доставить любой заказ за один-три часа не нужна большинству онлайн-покупателей.

Предпочитаемое время доставки



Ответы на вопрос: «Срочная доставка для Вас – это доставка…» Респондентов: 1 145.
Источник: Data Insight. Логистика интернет-торговли России в 2023. Мнения и ожидания, 2023 — datainsight.ru/DI_ecom_logistics_opinions_expectations_2023.
© ООО «Дейта Инсайт», 2024

9 Факторы трансформации логистики, 2023

Увеличение доли покупок на маркетплейсах и абсолютного числа таких заказов:

увеличивается абсолютное число заказов, которые попадают на доставку из офлайна, омниканального ритейла.

Уход (фактический и формальный) зарубежных омниканальных ритейлеров с рынка.

Перед логистами сразу же остро вставали три вопроса:

1. Кто, кому и сколько должен? И будет ли платить?
2. Заплатили или нет? Удалось ли получить по суду?
3. Как заместить выпадающие объемы заказов? И как свести юнит-экономику, если выпадающий объем нельзя заменить?

Изменение структуры ресурсов регионов и миграция повлияли на рынок логистики для интернет-торговли разнонаправленно:

из-за миграции снижаются доходы в столице, снизились доходы в ряде регионов с зарубежным локализованным автопромом.

Дефицит складов:

имеющихся площадей на классических складских площадках не хватает. Крупный онлайн забирает большие проекты под себя и строит под себя. Онлайн-торговля заняла 51% спроса на склады за 9 месяцев 2023.

Дефицит кадров:

миграция, мобилизация, демографическая яма, конкуренция со стороны ВПК, отъезд мигрантов из Центральной Азии из-за курса валют.

Источник: Data Insight. Логистика интернет-торговли России в 2023. Мнения и ожидания, 2023 — datainsight.ru/DI_ecom_logistics_opinions_expectations_2023.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

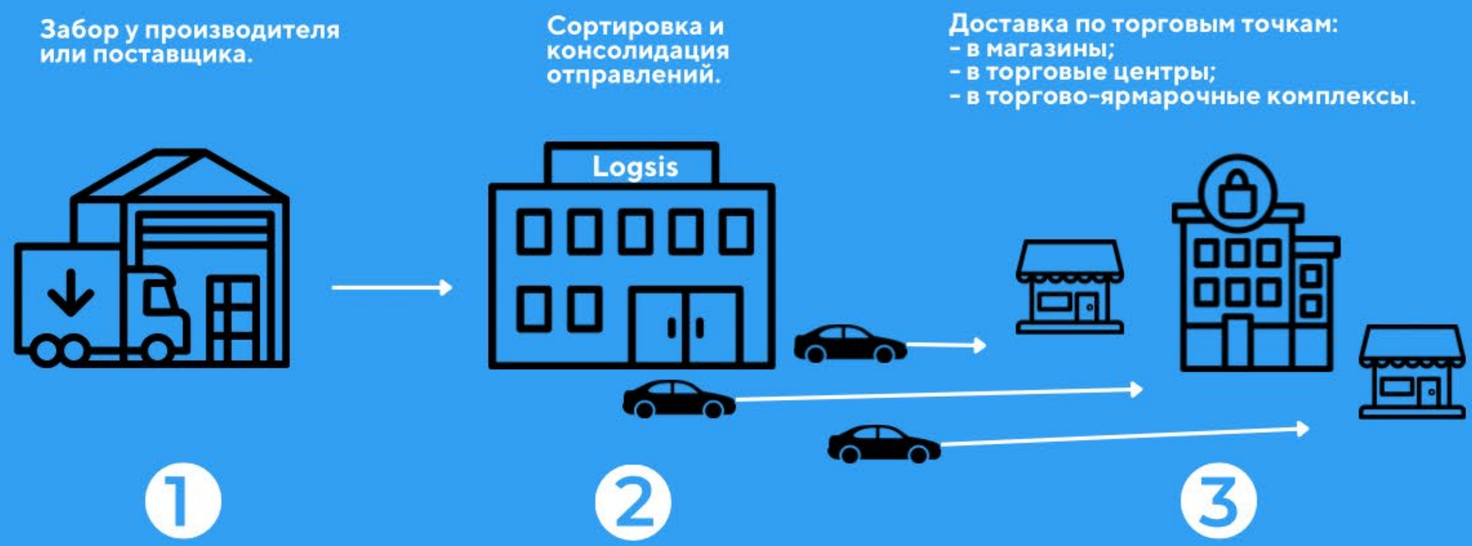
ДИСТРИБУЦИЯ ПО ТОРГОВЫМ ТОЧКАМ

НОВАЯ УСЛУГА

Logsis логистический оператор

доставка интернет-магазинам

- Премиальное качество
- Индивидуальный подход
- Оптимальные тарифы
- Финансовая дисциплина



+7(499)4902840 | WWW.LOGSIS.RU

Рекламодатель ООО «ЛОГСИС ГРУПП»

Digital Advertisers Barometer — 2022-2023. Перспективы интерактивной рекламы в России: взгляд рекламодателей

- Портрет компаний по рекламному бюджету
- Динамика изменения рекламного бюджета
- Рост доли digital
- Инструменты интерактивной рекламы
- Динамика рекламных инструментов
- Эксперименты в сфере Digital



© ООО «Дейта Инсайт», 2024

10 Портрет компаний по рекламному бюджету

В 2022 рекламные бюджеты как в целом, так и на отдельные виды рекламы **сократились более чем на 70%.** Турбулентность в экономике, массовый уход рекламных сервисов с рынка РФ, сокращение у мировых брендов маркетинговых бюджетов, выделяемых для российского рынка, — все это негативно повлияло на рекламные бюджеты компаний.

Изменение рекламного бюджета компаний в рублях в 2022

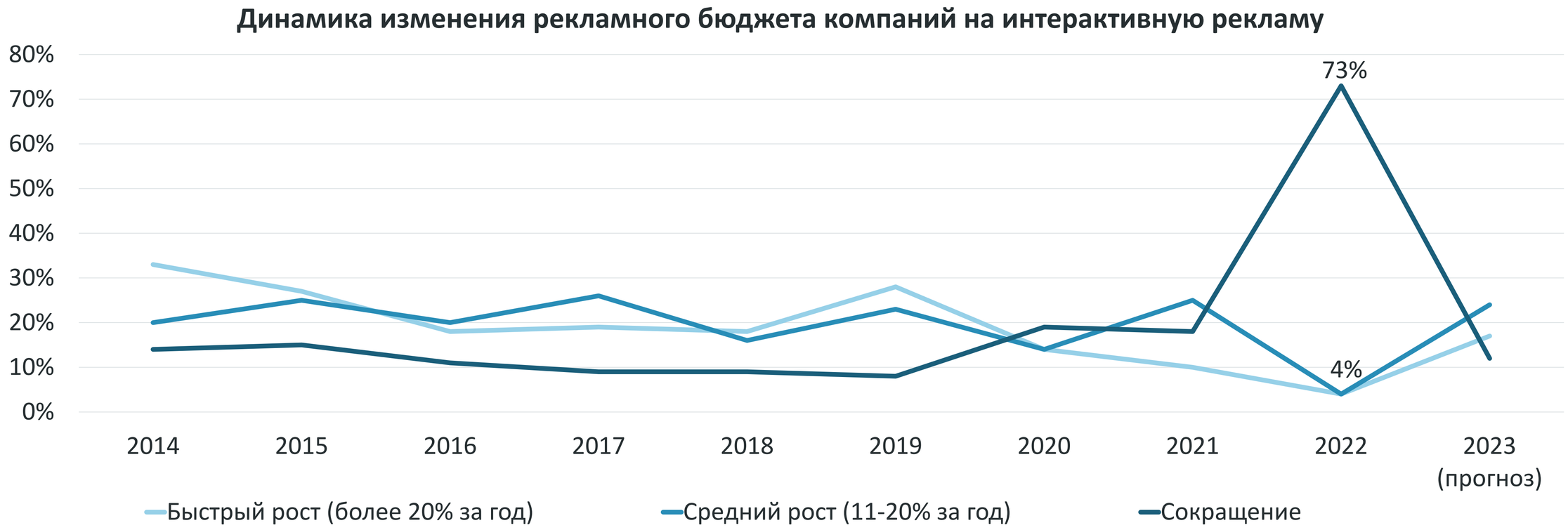


Онлайн-опрос рекламодателей в рамках исследования «АРИР Digital Advertisers Barometer 2022—2023», N=84.
Вопрос: «Как изменился Ваш рекламный бюджет (в рублях) в 2022 по сравнению с 2021 годом?», N=84.
Источник: Data Insight. «Digital Advertisers Barometer — 2022—2023», 2023 — datainsight.ru/Digital_Advertisers_Barometer_2023.
© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Альфа Банк

10 Динамика изменения рекламного бюджета

73% респондентов ответили, что их рекламный бюджет на интерактивную рекламу в 2022 по сравнению с 2021 **сократился** — это самый высокий показатель за все волны исследования.



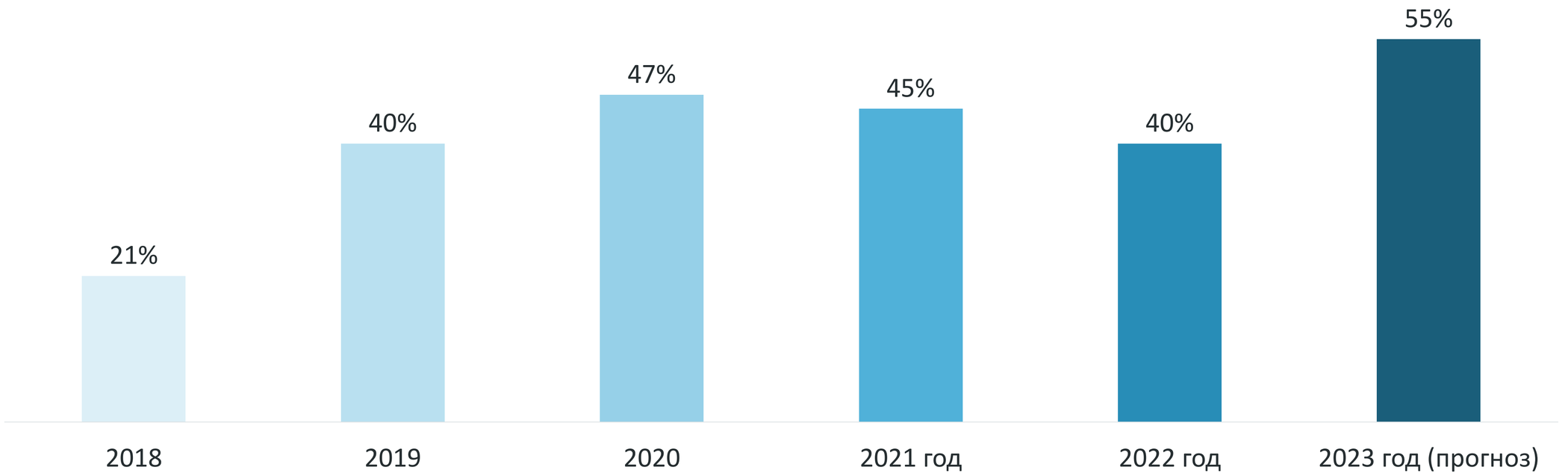
Онлайн-опрос рекламодателей в рамках исследования «АРИР Digital Advertisers Barometer 2022—2023», N=84.
Вопрос: «Как изменился бюджет Вашего бренда на интерактивную рекламу (в рублевом выражении) в прошлом году? (данные опросов 2015—2022, динамика доли компаний с быстрорастущим, растущим и сокращающимся рекламным бюджетом)»,N=84.
Источник: Data Insight. «Digital Advertisers Barometer — 2022—2023», 2023 — datainsight.ru/Digital_Advertisers_Barometer_2023.
© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Альфа Банк

10 Рост доли digital

Несмотря на проседание рекламных бюджетов на интерактивную рекламу в 2021-2022, респонденты **ожидали рост** доли интерактивной рекламы в 2023, который может составить **55%** всех рекламных бюджетов.

Динамика средней доли digital (интерактивной рекламы) в рекламных бюджетах компаний



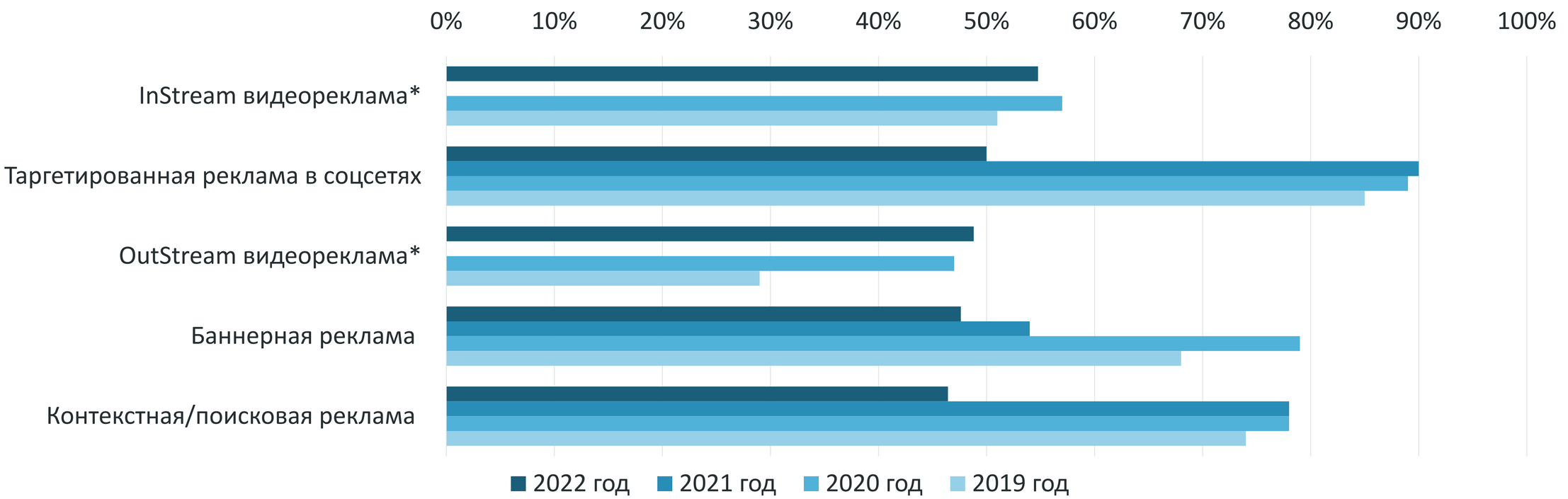
Онлайн-опрос рекламодателей в рамках исследования «АРИР Digital Advertisers Barometer 2022—2023», N=84.
Вопрос: «Динамика средней доли digital (интерактивной рекламы) в рекламных бюджетах компаний (результаты опросов 2023, 2021 и 2020 годов)», N=84.
Источник: Data Insight. «Digital Advertisers Barometer — 2022—2023», 2023 — datainsight.ru/Digital_Advertisers_Barometer_2023.
© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Альфа Банк

10 Используемые инструменты интерактивной рекламы

В 2022 использование таргетированной, контекстной/поисковой и баннерной рекламы резко сократилось. При этом **InStream и OutStream видеореклама** сохранили свою аудиторию, эти виды используют **55%** и **49%** опрошенных соответственно.

Топ-5 используемых видов и инструментов интерактивной рекламы в 2022



*Нет данных за 2021 год.

Онлайн-опрос рекламодателей в рамках исследования «АРИР Digital Advertisers Barometer 2022—2023», N=84.
Вопрос: «Топ-5 используемых видов и инструментов интерактивной рекламы в 2022», N=84.
Источник: Data Insight. «Digital Advertisers Barometer — 2022—2023», 2023 — datainsight.ru/Digital_Advertisers_Barometer_2023.
© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Альфа Банк

10 Динамика рекламных инструментов

В 2022 произошли кардинальные изменения в наборе рекламных инструментов. Компании ожидают быстрого роста у таких инструментов как **реклама на маркетплейсах (50% ожидают роста расходов), в мобильных приложениях (44%), influncer marketing (41%)**.

2019	2020	2021	2022
1. Реклама в социальных сетях	1. Реклама в социальных сетях	1. Реклама в социальных сетях	1. Реклама на маркетплейсах
2. Контекстная реклама	2-4. Контекстная реклама	2. Контекстная реклама	2. Реклама в мобильных приложениях
3. Instream видеореклама	2-4. Instream видеореклама	3. Instream видеореклама	3. Influencer Marketing
4. Мобильная видеореклама	2-4. Influencer Marketing	4. Influencer Marketing	4. Реклама с оплатой за результат
5. Нативная реклама	5-6. Ремаркетинг	5. Реклама на маркетплейсах	5. Мобильная видеореклама
	5-6. Реклама в играх		

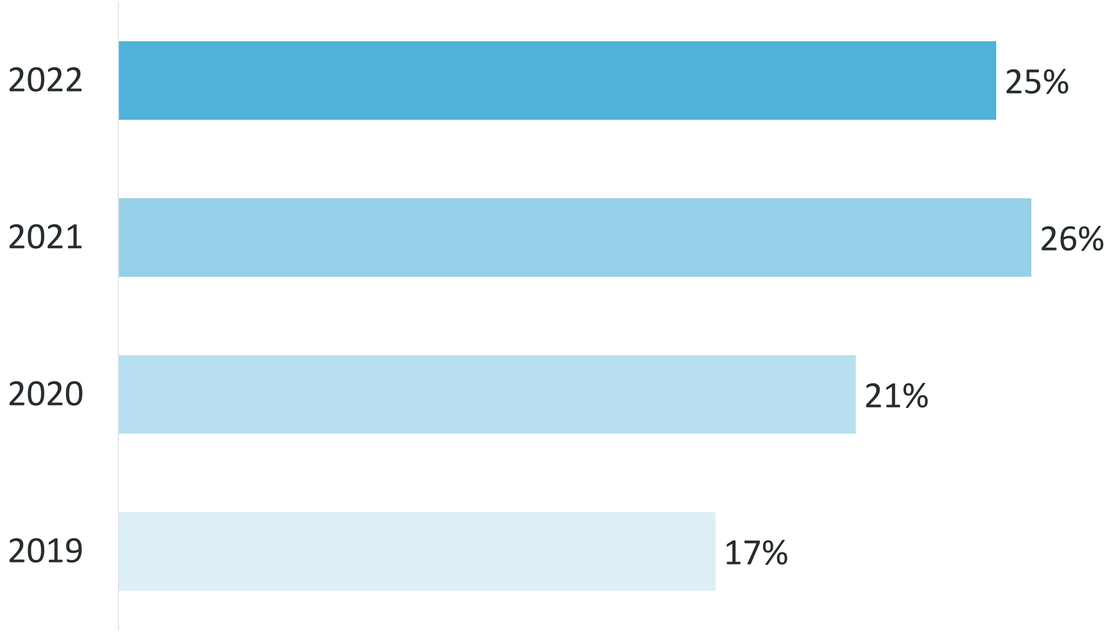
Онлайн-опрос рекламодателей в рамках исследования «АРИР Digital Advertisers Barometer 2022—2023», N=84.
Вопрос: «Для каких из перечисленных видов рекламы Вы ожидаете увеличения доли в общей структуре расходов Вашего бренда на интерактивную рекламу? Топ-5 названных вариантов в 2019—2021», N=84.
Источник: Data Insight. «Digital Advertisers Barometer — 2022—2023», 2023 — datainsight.ru/Digital_Advertisers_Barometer_2023.
© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Альфа Банк

10 Эксперименты в сфере Digital

Компании активно вкладываются в использование экспериментальных форматов и технологий рекламы. Самыми популярными направлениями в 2022 стали: **реклама на маркетплейсах (26% компаний), Online to Offline конверсия (24%), реклама в мессенджерах (23%)**.

Доля затрат на экспериментальные форматы и технологии в 2019-2022



Топ-5 популярных направлений экспериментов в 2021-2022

2021	2022
1. Influencer marketing	1. Реклама на маркетплейсах
2. Реклама в мессенджерах	2. Online to Offline конверсия
3. RTB	3. Реклама в мессенджерах
4. Кэшбеки, купоны	4. Обогащение данных
5. Нативная реклама	5. Активация Offline аудиторий

Онлайн-опрос рекламодателей в рамках исследования «АРИР Digital Advertisers Barometer 2022—2023», N=84.
Вопрос 1: «Доля затрат на экспериментальные форматы и технологии в 2019—2022», N=84. Вопрос 2: «Самые популярные направления экспериментов в 2020—2022», N=84.
Источник: Data Insight. «Digital Advertisers Barometer — 2022—2023», 2023 — datainsight.ru/Digital_Advertisers_Barometer_2023.
© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Альфа Банк

Реклама

CPAExchange —

РЕКЛАМА С ОПЛАТОЙ ЗА РЕЗУЛЬТАТ

Вы платите только за целевое действие: регистрацию, установку приложения, заполненную анкету, звонок, поданную заявку и т.п.

Работаем с разными вертикалями: банки, FMCG, исследования, HR, e-commerce, всего 15 категорий.

Более 28 000 вебмастеров с разными источниками размещают вашу рекламу по всему миру!



Рекламодатель ООО «ФО ЛИДС»

Экосистема электронной торговли

- Экосистема электронной торговли 2023 v.2: цифры, сравнение версий и выводы
- Блоки экосистемы: «Привлечение покупателей», «Управление магазином», «Логистика», «Маркетплейсы», «Работа с СТМ», «Платежи и финансы», «IT», «Отраслевые организации»
- Принять участие в экосистеме



© ООО «Дейта Инсайт», 2024

11 Экосистема электронной торговли 2023 v.2 в цифрах

8 БЛОКОВ

один из них – «Работа с СТМ» – новый

63 КАТЕГОРИЙ

больше всего новых – в блоке «Привлечение покупателей»

96 ПОДКАТЕГОРИЙ

если включать в подсчет и однокомпонентные категории – подкатегорий 140

1 208 СЕРВИСОВ

столько логотипов всего расположено на карте, а уникальных компаний – 978

Источник: Data Insight. Карта экосистемы электронной торговли в России, 2023 – eCommerce.datainsight.ru.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

11 Экосистема электронной торговли 2023 v.2: результаты и выводы

В Экосистеме 2023 впервые появился блок «Работа с СТМ»

Он отражает яркий тренд на инвестиции в онлайн-продажи собственных торговых марок. В осенней версии карты мы расширили этот блок: добавили больше сервисов и мероприятий по поиску поставщиков и производителей, выделили категорию с патентными бюро и логистами ВЭД.

Вокруг блока «Маркетплейсы» появляется все больше смежных категорий

Это свидетельствует о том, что сервисы продолжают наращивать функционал или даже искать новые виды услуг для работы с этими площадками. Перспективная ниша открылась в блоке «Логистика»: новая категория «Экспресс-фулфилмент» включает игроков, которые обеспечивают складской инфраструктурой для срочной доставки заказов из маркетплейсов. Появляются новые игроки по доставке на склад маркетплейсов, управлению контентом и, конечно, Retail Media.

Среди игроков по мониторингу и аналитике появилась новая группа сервисов — «Работа с клиентским опытом»

Здесь представлены инструменты для сбора и анализа обратной связи пользователей сайта, заполнившие нишу, оставшуюся после ухода крупных международных игроков с российского рынка.

Источник: Data Insight. Карта экосистемы электронной торговли в России, 2023 – eCommerce.datainsight.ru.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

11 Экосистема электронной торговли: сравнение версий

Параметр	2019	2021	2022 v.2	2023 v.1	**2023 v.2**
КОЛИЧЕСТВО БЛОКОВ	9	5	7	8	**8**
В экосистеме 2023 восемь блоков: появился блок «Работа с СТМ».					
КОЛИЧЕСТВО КАТЕГОРИЙ	30	41	58	60	**63**
Категории стали более дробными, более половины из них не включают подкатегории.					
КОЛИЧЕСТВО ПОДКАТЕГОРИЙ	119	134	134	136	**140**
Количество подкатегорий с 2021 меняется незначительно.					
КОЛИЧЕСТВО СЕРВИСОВ	690	1 251	1 178	1 160	**1 208**
В 2023 количество уникальных сервисов в экосистеме выросло за счет появления новых категорий (978 уникальных игроков, 124 новых).					

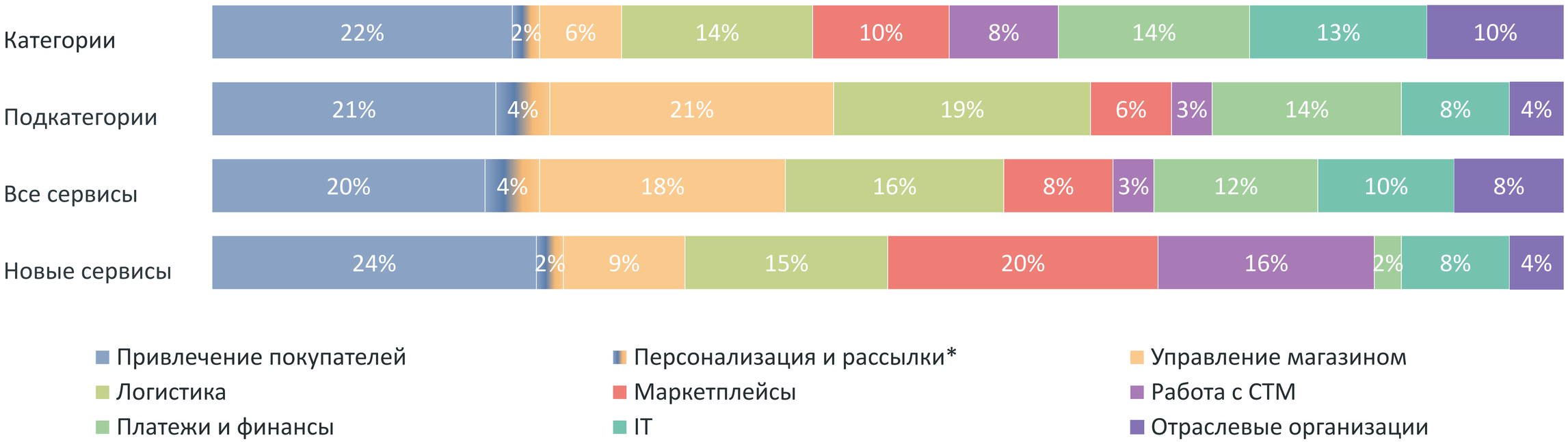
В количество сервисов входит каждый сервис предоставляемый уникальным игроком

Источник: Data Insight. Карта экосистемы электронной торговли в России, 2023 – eCommerce.datainsight.ru.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

По итогам 2023, блок «Привлечение покупателей» лидирует по количеству категорий и сервисов, а также делит лидерство по доле подкатегорий с блоком «Управление магазином». Кроме того, «Привлечение покупателей» остается лидером по количеству новых игроков, что во многом обусловлено появлением в осенней версии 2023 сразу двух новых групп сервисов: «Операторы мобильных данных» и «Операторы рекламных данных (ОРД)».

Доли категорий, подкатегорий и сервисов по блокам Экосистемы



*Категория "Персонализация и рассылки" показана отдельно, поскольку является смежной для блоков «Привлечение покупателей» и «Управление магазином».

Источник: Data Insight. Карта экосистемы электронной торговли в России, 2023 – eCommerce.datainsight.ru.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

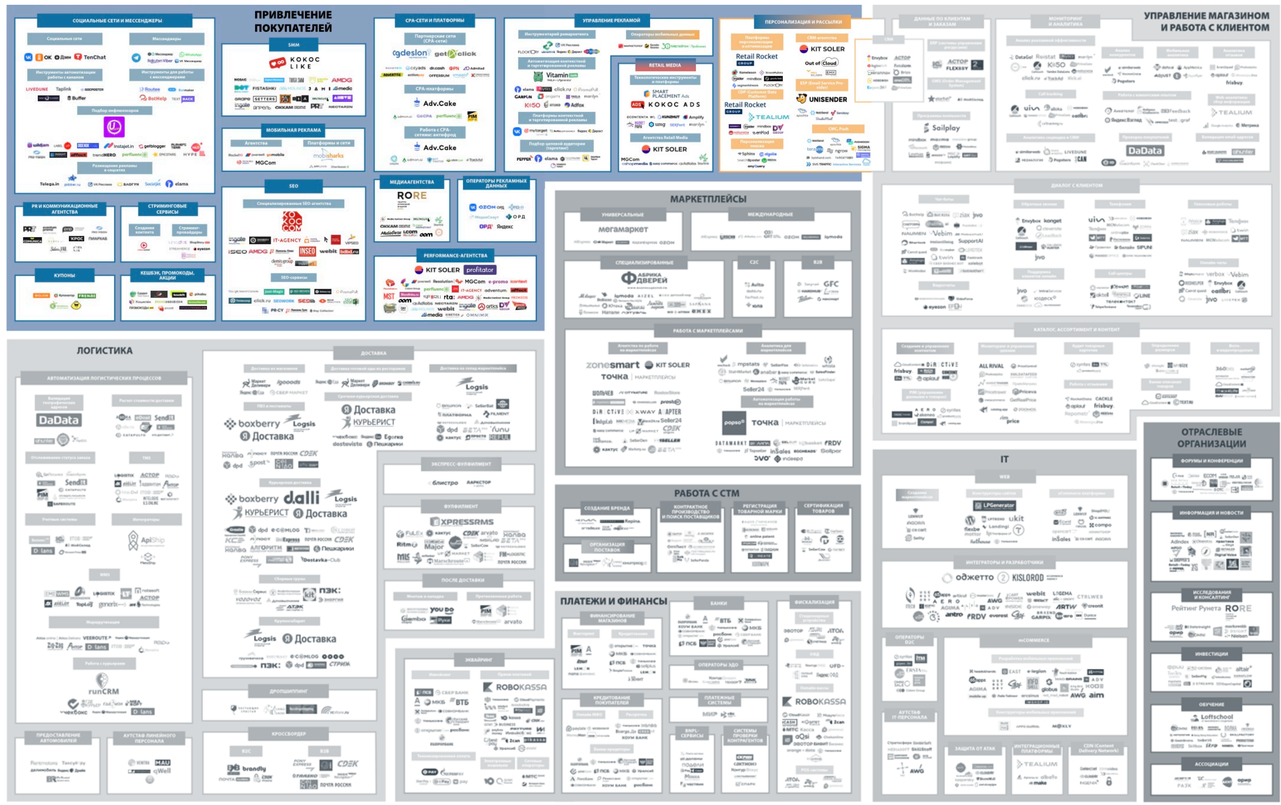
11 Блоки Экосистемы. Привлечение покупателей

В блоке «Привлечение покупателей» представлены сервисы, цель которых привлечь клиента на сайт компании и стимулировать его на целевое действие: оформление заказа с дальнейшим выкупом.

15 категорий **35** подкатегорий **299** сервисов

Доля сервисов блока от всех сервисов на карте





Включены данные из смежной категории «Персонализация и рассылки», в том числе из подкатегории «CRM».
Источник: Data Insight. Карта экосистемы электронной торговли в России, 2023 – eCommerce.datainsight.ru.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

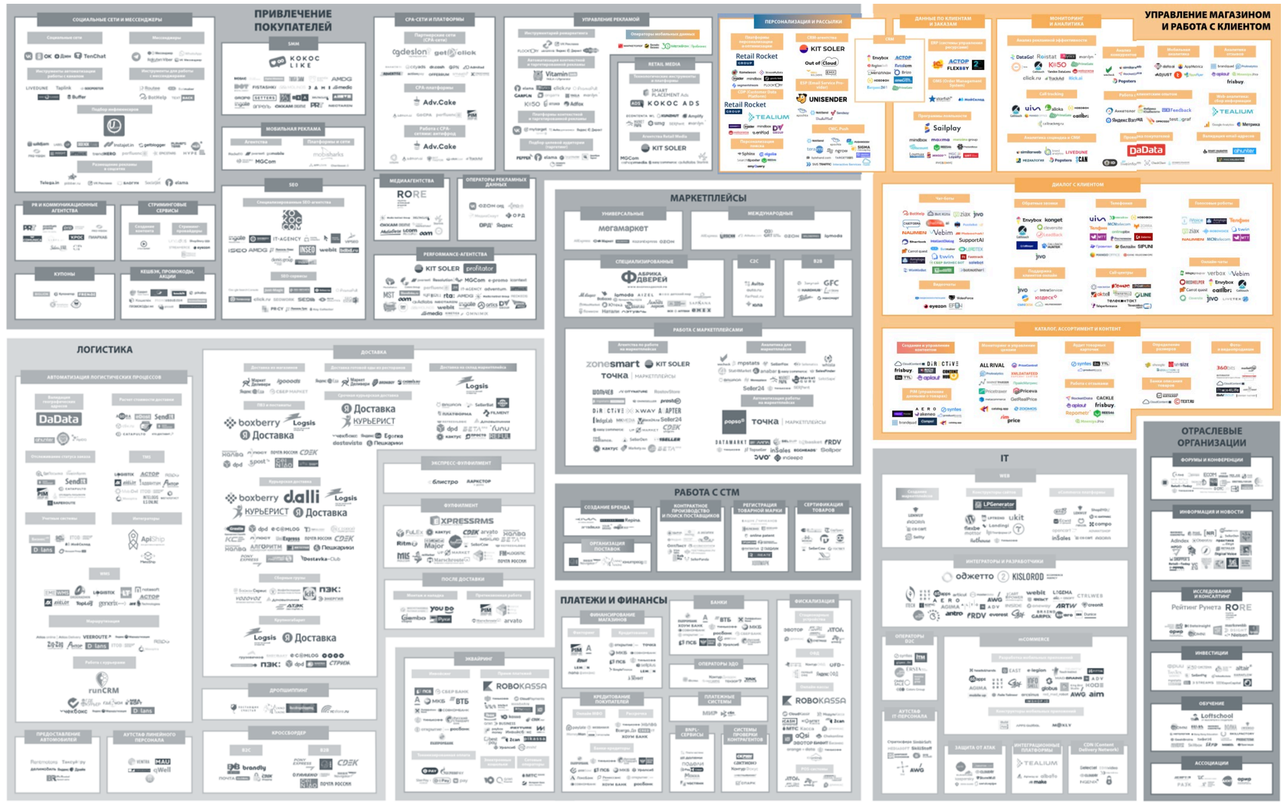
11 Блоки Экосистемы. Управление магазином и работа с клиентом

В блок «Управление магазином и работа с клиентом» включены сервисы, предоставляющие услуги для ведения интернет-магазина, а также компании, предлагающие решения для автоматизации работы с покупателями и анализа различных метрик для повышения эффективности работы магазина.

5 категорий **36** подкатегорий **266** сервисов

Доля сервисов блока от всех сервисов на карте





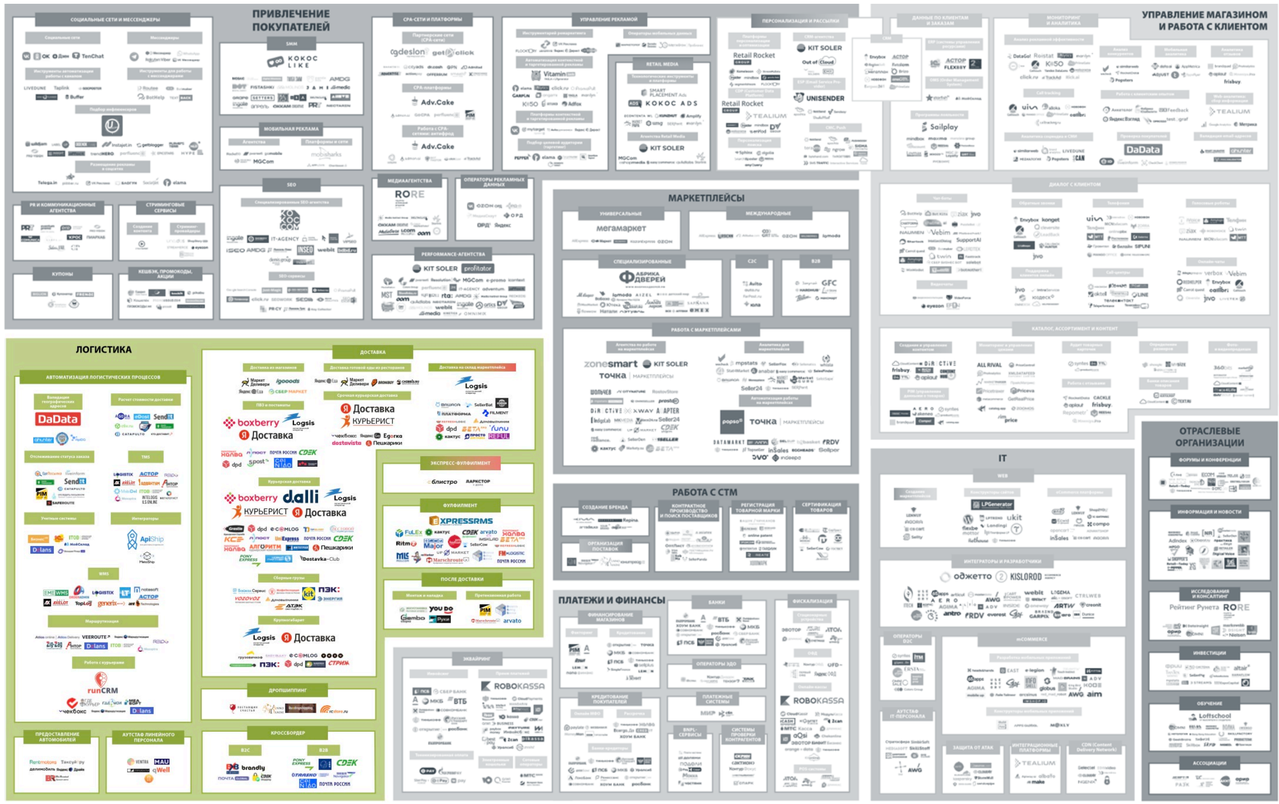
Включены данные из смежной категории «Персонализация и рассылки», в том числе из подкатегории «CRM».
Источник: Data Insight. Карта экосистемы электронной торговли в России, 2023 – eCommerce.datainsight.ru.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

11 Блоки Экосистемы. Логистика

В систему логистики включены компании, которые занимаются доставкой и отслеживанием отправлений интернет-магазинов по России и заграницу, а также компании, помогающие оптимизировать и автоматизировать логистические и складские процессы в сфере электронной торговли.

9 категорий **26** подкатегорий **202** сервиса



Доля сервисов блока от всех сервисов на карте



Источник: Data Insight. Карта экосистемы электронной торговли в России, 2023 – eCommerce.datainsight.ru.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

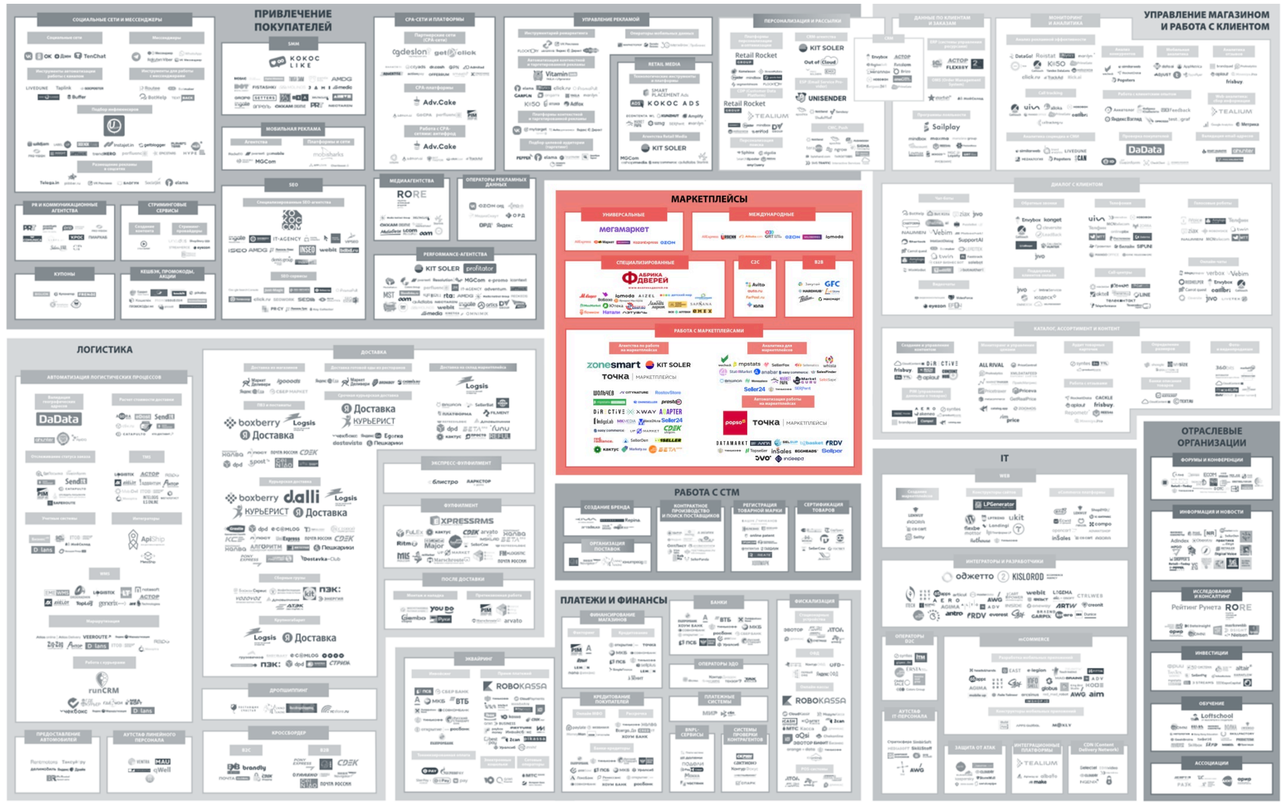
11 Блоки Экосистемы. Маркетплейсы

Блок «Маркетплейсы» закрывает задачу интернет-магазина по развитию новых каналов продаж. В блок включены торговые площадки разного типа, а также сервисы по работе на маркетплейсах.

6 категорий **8** подкатегорий **99** сервисов

Доля сервисов блока от всех сервисов на карте





Источник: Data Insight. Карта экосистемы электронной торговли в России, 2023 – eCommerce.datainsight.ru.

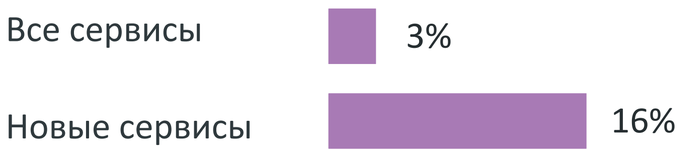
© ООО «Дейта Инсайт», 2024

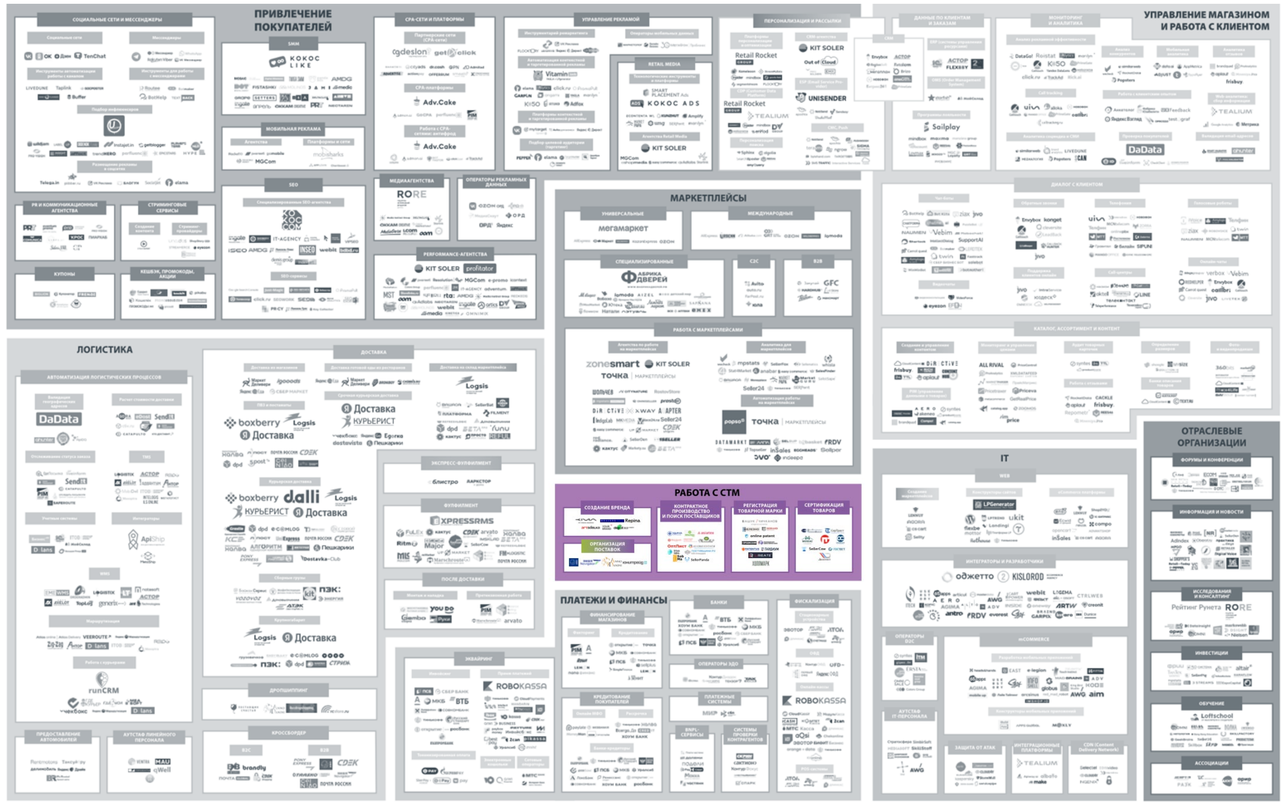
11 Блоки Экосистемы. Работа с СТМ

Блок «Работа с СТМ» включает сервисы, предоставляющие продавцам (селлерам) услуги для создания и организации продаж собственных торговых марок онлайн.

5 категорий **5** подкатегорий **39** сервисов

Доля сервисов блока от всех сервисов на карте





Источник: Data Insight. Карта экосистемы электронной торговли в России, 2023 – eCommerce.datainsight.ru.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

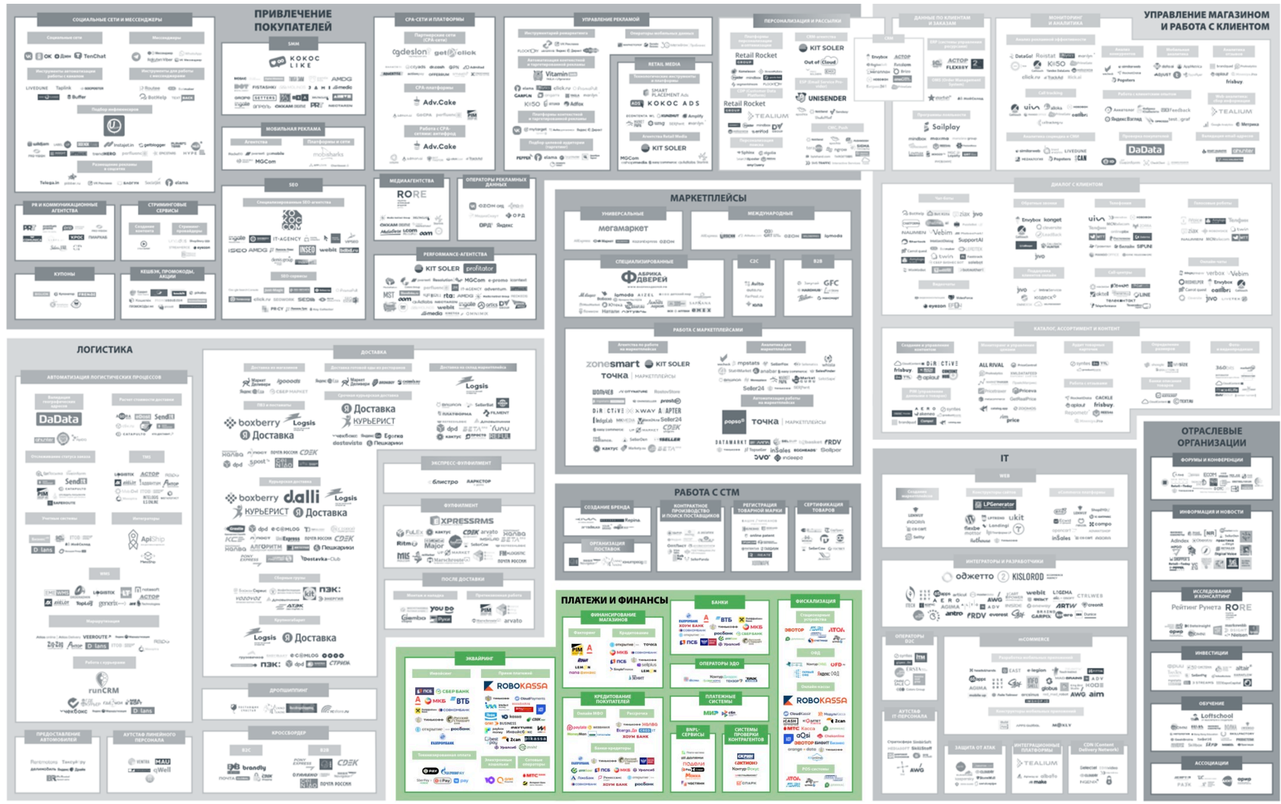
11 Блоки Экосистемы. Платежи и финансы

Сервисы блока «Платежи и финансы» предоставляют финансовые услуги и технологическое обеспечение для осуществления расчетных операций между интернет-магазинами и их покупателями.

9 категорий **19** подкатегорий **143** сервиса

Доля сервисов блока от всех сервисов на карте





Источник: Data Insight. Карта экосистемы электронной торговли в России, 2023 – eCommerce.datainsight.ru.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

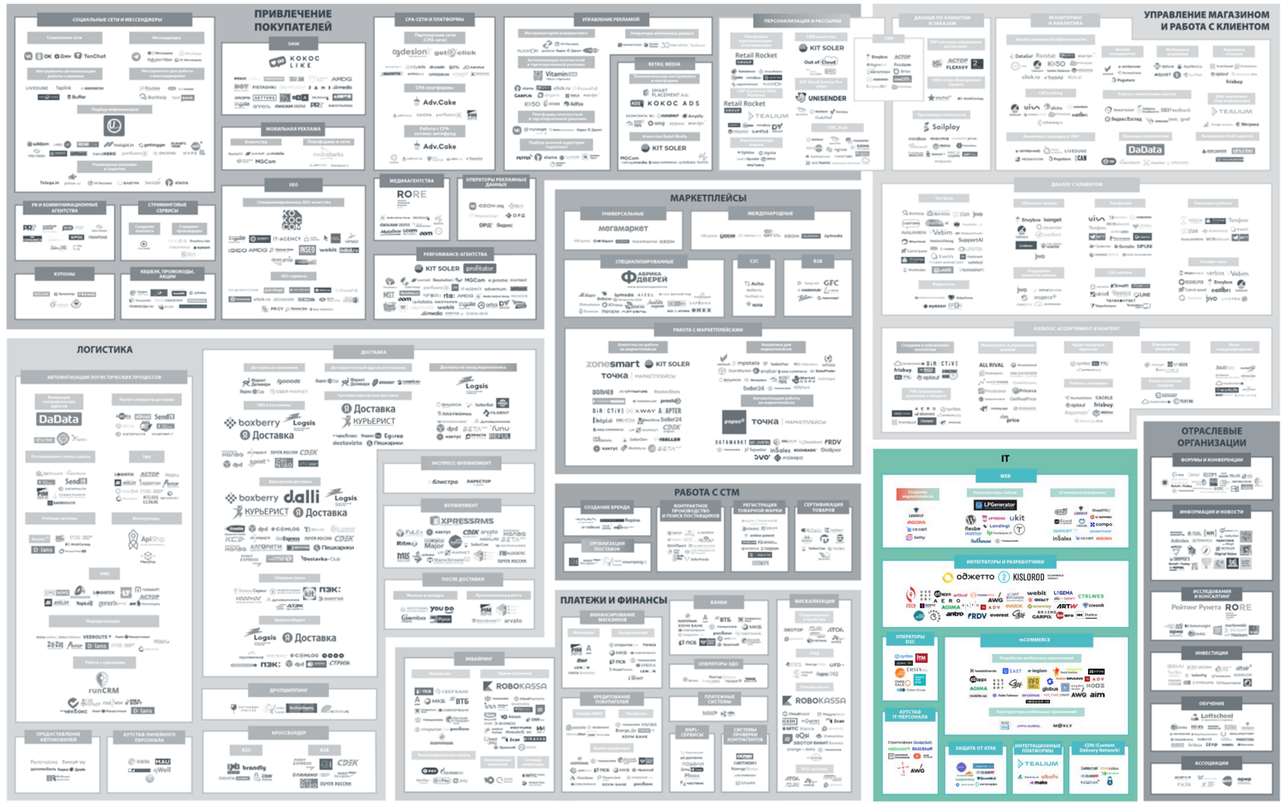
11 Блоки Экосистемы. IT

Блок «IT» включает сервисы, закрывающие такие задачи как создание сайта или мобильного приложения интернет-магазина, оптимизация внутренней деятельности компании, ведение бизнеса бренда, подбор штата аутсорсеров для решения различных задач интернет-магазина и обеспечение защиты системы от DDoS-атак.

8 категорий **11** подкатегорий **120** сервисов

Доля сервисов блока от всех сервисов на карте





Источник: Data Insight. Карта экосистемы электронной торговли в России, 2023 – eCommerce.datainsight.ru.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

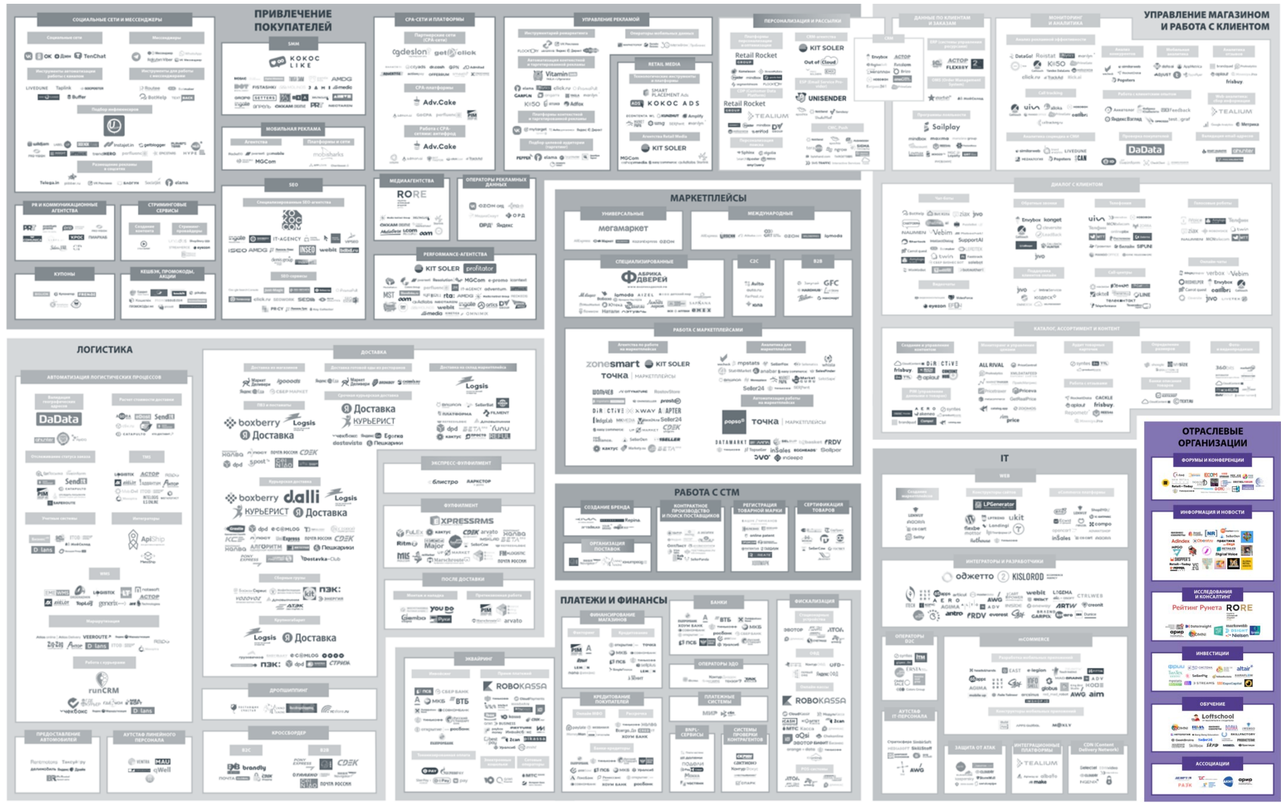
11 Блоки Экосистемы. Отраслевые организации

В блок «Отраслевые организации» вошли компании, осуществляющие правовую и информационную поддержку электронной коммерции в России.

6 категорий **6** подкатегорий **91** сервис

Доля сервисов блока от всех сервисов на карте





Источник: Data Insight. Карта экосистемы электронной торговли в России, 2023 – eCommerce.datainsight.ru.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

11 Принять участие в Экосистеме

Участник экосистемы

Возможности:

- ✓ рассказать о своей компании
- ✓ войти в один список с лидерами рынка
- ✓ узнать своих конкурентов и найти новых клиентов

Стать участником

Партнер экосистемы

Возможности:

- ✓ выделить свой логотип на фоне других компаний
- ✓ рассказать о себе в разных форматах: цитата, описание компании, баннеры, ссылки, упоминание в разделе «Партнеры»

Стать партнером

Реклама

Кейс партнера «Фабрика дверей»

ФАБРИКА ДВЕРЕЙ
WWW.ФАБРИКАДВЕРЕЙ.РФ

Онлайн продажа дверей: страхи розничных продавцов и решение на маркетплейсе фабрикадверей.рф

Дверная розница еще скептически относится к онлайн-торговле. Отрасль консервативна и в целом отстает от внедрения высокотехнологичных инструментов продаж. Например, CRM-системы используют не более 10% продавцов дверей.

Участники рынка озвучивают 2 основные проблемы:

1. **Сложность товара:** множество деталей, материалов, вариантов комплектации. Поэтому **нужна полноценная консультация специалиста.**
2. **Привычка покупателя посмотреть товар «живьем»,** так как стоимость заказа часто превышает месячный доход.

В 2022 году запустили **маркетплейс фабрикадверей.рф.**

Настроили **тандем онлайн и офлайн форматов продаж:** продавец получает запрос с сайта, по телефону обсуждает сделку и формирует комплект, клиент оплачивает в личном кабинете.

Внедрили **процесс замера** дверных проемов на объекте клиента **с образцами покрытий.**

Обучаем и помогаем освоить онлайн продажи дверей дверному бизнесу**.**

По завершении 2023 года на площадке работают магазины в 83 городах России.
Продолжаем подключать партнеров и инвестировать в интерфейс маркетплейса с целью перевести торговлю дверями в высокотехнологичный процесс.

Рекламодатель ИП Грунтов Сергей Николаевич

Партнеры исследования



© ООО «Дейта Инсайт», 2024

О компании ExpressRMS

ExpressRMS фулфилмент-оператор, работающий на рынке e-commerce с 2013 года.
Основной фокус компании — комплексное обслуживание он-лайн продавцов.
Возможность отгрузок оптовых и розничных заказов интернет-магазинов, магазинов на маркетплейсах и иных каналов продаж, в торговые и сетевые структуры, формирование маркетинговых рассылок с единого склада фулфилмент-оператора.

Работаем с основными маркетплейсами по схемам FBO, FBS, DBS и Express.

Фулфилмент ExpressRMS — это:

- продажи с одного склада через интернет-магазин и на основных маркетплейсах без хранения на складе площадок;
- возможность работать по разным схемам отгрузки на маркетплейсы (FBO, FBS, DBS и Express), комбинировать их в зависимости от сезона/поставленных задач;
- доставка до СЦ маркетплейсов и непосредственно в руки получателей (через 8 федеральных служб доставки);
- переупаковка (включая термоусадку и запайку) и перестикеровка товаров, формирование комплектов и наборов;
- работа с Честным Знаком, КИЗами, серийными номерами и остаточным сроком годности;
- интеграция учетной системы селлера с учетной системой ExpressRMS;
- бесплатная интеграция с маркетплейсами (заказы автоматически выгружаются из кабинета селлера в учетную систему фулфилмента, а складские остатки подгружаются на маркетплейсы).

О компании GBS

GBS (ООО «ГБС-Брокер») – основанная в 2017 г. логистическая компания и лицензированный таможенный брокер с комплексными решениями для международных e-commerce посылок, образцов и коммерческих грузов.

Мы осуществляем экспресс-доставку посылок из Китая, Гонконга, Турции, Индии, ОАЭ, Польши, Великобритании, США и др.стран.

Наше комплексное решение «GBS Import Cross-Border E-commerce» включает в себя услуги «первой мили» и фулфилмента за рубежом, авиа, авто или комбинированную доставку до РФ, таможенное оформление, включая сбор паспортных данных получателей и прием оплаты таможенных пошлин, а также широкий выбор вариантов доставки на «последней миле».

Наши клиенты – это не только зарубежные бренды и онлайн-магазины, но и российские маркетплейсы и ритейлеры.

Вместе с GBS компании, готовые адаптироваться и использовать преимущества кроссбордерной торговли, могут расширить свой ассортимент уникальными товарами, оптимизировать часть затрат и достичь новых высот в развитии своего бизнеса.

О компании Intensa

E-commerce агентство Intensa — разрабатываем, поддерживаем и развиваем интернет-магазины.

Наши клиенты — крупные торговые компании, среди которых:

- бытовая химия Synergetic,
- магазины мужской одежды Kanzler,
- магазины для детей «Олант»,
- магазин чемоданов и сумок «Пан Чемодан»,
- одежда для туризма Nordman,
- интернет-магазин белорусской одежды Mark Formelle,
- дизайнерская мебель Cosmorelax,
- интернет-магазин брендовой одежды brand-a-porter,
- онлайн-сервис для автоматизации маркетинга Mindbox,
- платформа лояльности для ритейл-сетей Maxma.

Мы обеспечиваем стабильную и быструю работу интернет-магазина, интегрируем его с сервисами и маркетплейсами, подбираем каналы трафика, внедряем лучшие практики увеличения конверсии, формируем и тестируем гипотезы, чтобы увеличить выручку и оптимизировать процессы.

Источники данных для отчета



© ООО «Дейта Инсайт», 2024

13 Источники: исследования и данные Data Insight

- Data Insight: ежемесячный бюллетень eGrocery, 2024;
- Data Insight, Кто, как и почему заказывает доставку продуктов, 2023;
- Data Insight, ePharma в России – прогноз развития 2023-2025 гг., 2023;
- Data Insight, Онлайн-канал в покупке аптечных товаров. Поведение покупателей, 2023;
- Data Insight, Рейтинг российских интернет-магазинов Топ-100, 2023, 2024;
- Data Insight и Мегамаркет, Выбор брендов на маркетплейсах, 2023;
- Data Insight и Tinkoff eCommerce, Рынок нишевых маркетплейсов в России, 2023;
- Data Insight, Логистика интернет-торговли России в 2023. Мнения и ожидания, 2023;
- Data Insight, Digital Advertisers Barometer — 2022-2023, 2023;
- Data Insight, Экосистема российской электронной торговли, 2023.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

13 Источники: внешние данные

- eMarketer, 2024
- European eCommerce Report, 2023;
- International Monetary Fund, 2023;
- Mediascope, 2023;
- Statista, 2024;
- The Economist Group, 2023;
- The Heritage Foundation, 2024;
- UNCTAD, 2020;
- The World Bank, 2022;
- U. S. News, 2024;
- World Population Review, 2024.

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Мы и наши исследования

DataInsight



© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Коммерческие исследования и проекты



Исследования рынков

- Построение модели рынка
- Анализ чеков, посещаемости, продаж
- Оценка структуры онлайн-предложений
- Оценка спроса на бренды и типы товаров



Конкурентный анализ

- Профиль конкурентов: оборот, целевая аудитория, структура бизнеса, доля рынка, каналы сбыта
- Анализ ассортимента
- Описание технологических продуктов



Исследования покупателей

- Оценка удовлетворенности покупателей
- Исследование потребительских сценариев в онлайне и оффлайне
- Проведение телефонных и онлайн-опросов, глубинных интервью
- Анализ качественных и количественных данных
- Исследование b2b-клиентов



PR с помощью аналитики

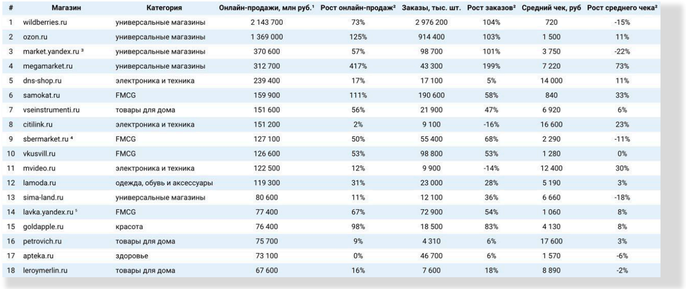
- Аналитические отчеты для решения PR-задач
- Свежая аналитика - отличный повод поговорить с журналистами и инвесторами о рынке и вашей позиции на нем
- Data Insight как аналитическое агентство стоит вне рынка, нашим исследованиям доверяют
- Если ваша компания – один из лидеров вашего рынка, то PR с помощью аналитики – это для вас

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Публичные исследования Data Insight



Логистика интернет-торговли России в 2023. Мнения и ожидания

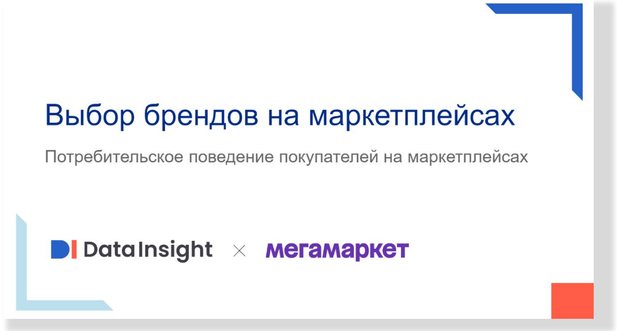


#	Магазин	Категория	Онлайн-продажи, млн руб.[1]	Рост онлайн-продаж[2]	Заказы, тыс. шт.	Рост заказов[2]	Средний чек, руб	Рост среднего чека[2]
1	wildberries.ru	универсальные магазины	2 143 700	73%	2 976 200	104%	720	-15%
2	ozon.ru	универсальные магазины	1 369 000	125%	914 400	103%	1 500	11%
3	market.yandex.ru [3]	универсальные магазины	370 600	57%	98 700	101%	3 750	-22%
4	megamarket.ru	универсальные магазины	312 700	417%	43 300	199%	7 220	73%
5	dns-shop.ru	электроника и техника	239 400	17%	17 100	5%	14 000	11%
6	samokat.ru	FMCG	159 900	111%	190 600	58%	840	33%
7	vseinstrumenti.ru	товары для дома	151 600	56%	21 900	47%	6 920	6%
8	citilink.ru	электроника и техника	151 200	2%	9 100	-16%	16 600	23%
9	sbermarket.ru [4]	FMCG	127 100	50%	55 400	68%	2 290	-11%
10	vkusvill.ru	FMCG	126 600	53%	98 800	53%	1 280	0%
11	mvideo.ru	электроника и техника	122 500	12%	9 900	-14%	12 400	30%
12	lamoda.ru	одежда, обувь и аксессуары	119 300	31%	23 000	28%	5 190	3%
13	sima-land.ru	универсальные магазины	80 600	11%	12 100	36%	6 660	-18%
14	lavka.yandex.ru [3]	FMCG	77 400	67%	72 900	54%	1 060	8%
15	goldapple.ru	красота	76 400	98%	18 500	83%	4 130	8%
16	petrovich.ru	товары для дома	75 700	9%	4 310	6%	17 600	3%
17	apteka.ru	здоровье	73 100	0%	46 700	6%	1 570	-6%
18	leroymerlin.ru	товары для дома	67 600	16%	7 600	18%	8 890	-2%

Рейтинг российских интернет-магазинов Топ-100 2023



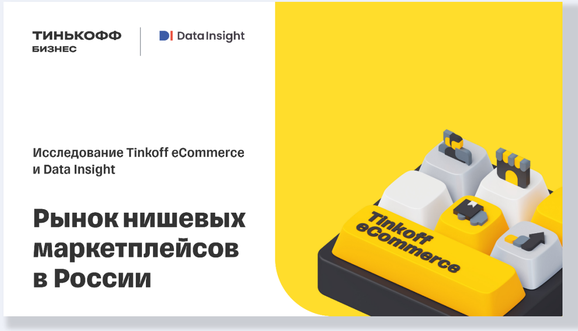
Digital Advertisers Barometer — 2022 - 2023



Выбор брендов на маркетплейсах, 2023



Рейтинг омниканальности крупнейших розничных ритейлеров глазами покупателя 2022-2023



Рынок нишевых маркетплейсов в России 2023

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

План выпуска публичных исследований в 2024 г.

1. Онлайн-торговля в Казахстане, 2023
2. Онлайн-рынок БАДов и витаминов, 2023
3. Фэшн: потребительский опыт и перспективы развития, 2024
4. Перспективы eCommerce-рынка Узбекистана – 2024 – Узнать больше
5. Экосистема электронной торговли 2024 – Узнать больше
6. Стратегия работы с логистикой 2024 для интернет-торговли
7. CRM. Механики программ лояльности

Подпишитесь на наши новости:



Подписаться

на рассылку



Читать

в Telegram

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

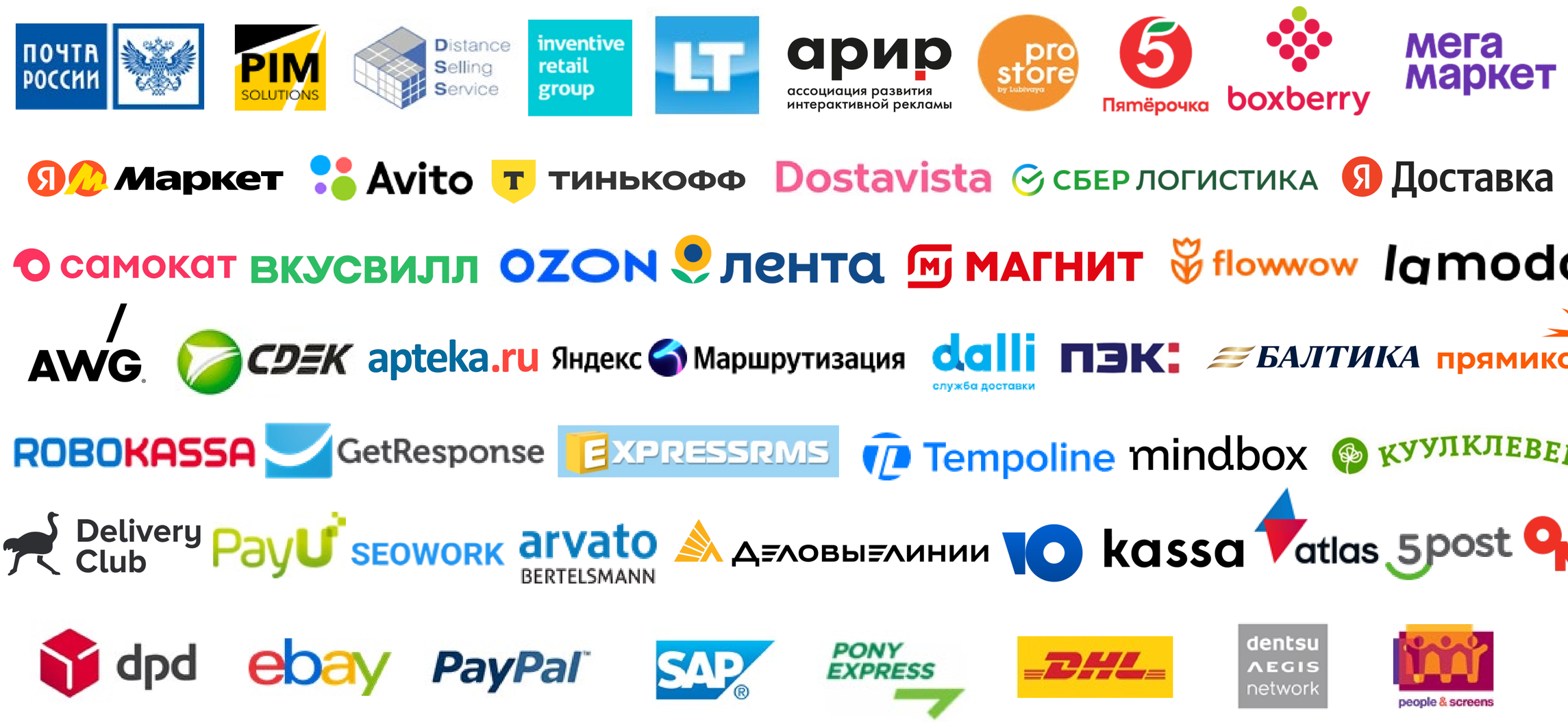
Источники данных и методики, используемые Data Insight

1. Опросы покупателей и бизнесов
2. Мониторинг популярности и посещаемости сайтов и приложений интернет-магазинов
3. Мониторинг количества заказов интернет-магазинов (более 3000 ритейлеров)
4. Собственные данные интернет-магазинов (более 100 ритейлеров)
5. Агрегированные данные B2B-сервисов (логистических, платежных и других)
6. Анализ выборочных данных по онлайн-поведению интернет-пользователей («кликстримы»)
7. Анализ контента сайтов интернет–магазинов и маркетплейсов (ассортимент, цены, отзывы)
8. Статистика поисковых интересов пользователей



© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Партнеры Data Insight



© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Data Insight

Первое в России агентство, специализирующееся на исследованиях и консалтинге в области eCommerce и других интернет-рынков

Новости Data Insight

Рассылка исследований Data Insight на почту в день публикации

Подписаться

Мониторинг eCommerce

Новостной еженедельный мониторинг рынка eCommerce от Data Insight

Подписаться

Контакты

datainsight.ru
+7 (495) 540 59 06
a@datainsight.ru

© ООО «Дейта Инсайт», 2024

Выходные данные исследования

Название исследования	Интернет-торговля в России 2024
Автор	Data Insight
Дата выхода	Май 2024
Формат отчета	Презентация в формате pdf
Объем отчета	146 страниц
Рекламодатели	АО «Альфа-банк»; ООО «Боксберри софт»; ООО «Глобальные Брокерские Решения»; ИП Грунтов Сергей Николаевич; ООО «ИНСЕЙЛС РУС»; ООО «Интенса Групп»; ООО «Логсис Групп»; ООО «ОДЖЕТТО ВЕБ»; ООО «РОБОКАССА»; ООО «С-Файндер»; АО «ТИНЬКОФФ БАНК»; АО «ТОЧКА», ООО «ФО ЛИДС»; ООО «Экспресс РМС».

© ООО «Дейта Инсайт», 2024