



# **BusinessStat**<sup>®</sup>

готовые обзоры рынков



## Анализ рынка электронной коммерции (eCommerce) в России в 2020-2024 гг, прогноз на 2025-2029 гг

**АДРЕС:**

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

**ТЕЛ.:**

+7 (495) 180-04-19

**ФАКС:**

+7 (495) 180-04-19

**ЭЛЕКТРОННАЯ ПОЧТА:**

[info@businessstat.ru](mailto:info@businessstat.ru)

**САЙТ:**

[www.businessstat.ru](http://www.businessstat.ru)

## Аннотация

По оценкам BusinesStat, в 2020-2024 гг оборот рынка eCommerce в России увеличился почти в 3 раза: с 3,2 до 8,6 трлн руб.

В пандемию россияне стали активнее осваивать онлайн-покупки. Маркетплейсы расширяли ассортимент товаров, привлекая новых продавцов на площадку, открывались пункты выдачи заказов, совершенствование логистической инфраструктуры позволило сократить сроки доставки покупок. В 2021 г помимо Wildberries и Ozon на рынке электронной коммерции появились маркетплейсы Яндекс.Маркет и СберМегаМаркет. Конкуренция на рынке обострилась, что привело к снижению комиссии для продавцов, появлению бонусных программ и распродаж, кредитов и рассрочек для оплаты покупок.

В сегменте eGrocery традиционные сетевые ритейлеры стали инвестировать в онлайн-продажи. Именно омниканальность, то есть предоставления покупателю различных форматов покупки, стала конкурентным преимуществом на рынке продаж продуктов питания. Утверждение правил дистанционной продажи лекарственных препаратов в 2020 г привело к усилению конкуренции в сегменте ePharma. Растет число покупателей, которые делают покупки онлайн на повседневной основе, что подтверждается увеличением числа заказов и снижением среднего чека.

Рынок eCommerce в России постепенно насыщается. Маркетплейсы стараются расширить географию присутствия за счет выхода на региональные рынки. Ассортимент площадок пополняется крупногабаритными позициями, спрос на которые растет. Индивидуальные предложения для клиентов сервисов за счет максимальной персонализации с помощью инструментов искусственного интеллекта становятся основным трендом на рынке электронной коммерции.

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

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

**В обзоре приводится информация по видам электронной коммерции:**

- маркетплейсы
- eGrocery
- ePharma
- остальные интернет-магазины

**При подготовке обзора используется официальная статистика и собранные данные.**

**Информация профильных ведомств:**

- Федеральная служба государственной статистики (Росстат)
- Ассоциация компаний интернет-торговли
- Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации (Минцифры)
- Федеральная налоговая служба

**Информация, собранная BusinessStat:**

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

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

- [Анализ интернет-торговли в России](#)
- [Анализ интернет-торговли одеждой и обувью в России](#)
- [Анализ интернет-торговли продовольственными товарами в России](#)
- [Анализ интернет-торговли спорттоварами в России](#)
- [Анализ рынка курьерской доставки в России](#)
- [Анализ рынка фулфилмента в России](#)
- [Анализ рынка контрольно-кассовых аппаратов в России](#)
- [Анализ рынка программного обеспечения для контрольно-кассового оборудования в России](#)

# Содержание

## МЕТОДИКА ПОДГОТОВКИ ОБЗОРА РЫНКА

## КЛАССИФИКАЦИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

## РЕГУЛИРОВАНИЕ РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

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

## ОБОРОТ РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

### Оборот рынка

- Таблица 1. Оборот рынка электронной коммерции в России в 2020-2024 гг (млрд руб)
- Таблица 2. Прогноз оборота рынка электронной коммерции в России в 2025-2029 гг (млрд руб)
- Таблица 3. Оборот рынка по видам электронной коммерции в России в 2020-2024 гг (млрд руб)
- Таблица 4. Прогноз оборота рынка по видам электронной коммерции в России в 2025-2029 гг (млрд руб)

## ОБЪЕМ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

### Объем заказов

- Таблица 5. Объем совершенных заказов на рынке электронной коммерции в России в 2020-2024 гг (млн)
- Таблица 6. Прогноз объема совершенных заказов на рынке электронной коммерции в России в 2025-2029 гг (млн)
- Таблица 7. Объем совершенных заказов по видам электронной коммерции в России в 2020-2024 гг (млн)
- Таблица 8. Прогноз объема совершенных заказов по видам электронной коммерции в России в 2025-2029 гг (млн)

## ПОТРЕБИТЕЛИ РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

### Численность клиентов

- Таблица 9. Численность клиентов рынка электронной коммерции в России в 2020-2024 гг (млн чел)
- Таблица 10. Прогноз численности клиентов рынка электронной коммерции в России в 2025-2029 гг (млн чел)
- Таблица 11. Численность клиентов по видам электронной коммерции в России в 2020-2024 гг (млн чел)
- Таблица 12. Прогноз численности клиентов по видам электронной коммерции в России в 2025-2029 гг (млн чел)

## ПОТЕНЦИАЛ РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

## Емкость и насыщенность рынка

- Таблица 13. Насыщенность рынка электронной коммерции в России в 2020-2024 гг (%)
- Таблица 14. Прогноз насыщенности рынка электронной коммерции в России в 2025-2029 гг (%)

## СРЕДНЯЯ ЦЕНА ЗАКАЗА

### Средние цены

- Таблица 15. Средняя цена заказа на рынке электронной коммерции в России в 2020-2024 гг (руб)
- Таблица 16. Прогноз средней цены заказа на рынке электронной коммерции в России в 2025-2029 гг (руб)
- Таблица 17. Средняя цена заказа по видам электронной коммерции в России в 2020-2024 гг (руб)
- Таблица 18. Прогноз средней цены заказа по видам электронной коммерции в России в 2025-2029 гг (руб)

## СРЕДНИЙ ГОДОВОЙ ЧЕК КЛИЕНТА РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

### Средний годовой чек клиента

- Таблица 19. Средний годовой чек клиента рынка электронной коммерции в России в 2020-2024 гг (руб)
- Таблица 20. Прогноз среднего годового чека клиента рынка электронной коммерции в России в 2025-2029 гг (руб)
- Таблица 21. Средний годовой чек клиента по видам электронной коммерции в России в 2020-2024 гг (руб)
- Таблица 22. Прогноз среднего годового чека клиента по видам электронной коммерции в России в 2025-2029 гг (руб)

## ЛИДЕРЫ РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

### Стратегии лидеров рынка среди маркетплейсов

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

### Стратегии лидеров рынка eGrocery

- Vkusvill, АО «ВкусВилл»
- Купер (бывший СберМаркет), ООО «Инстамарт Сервис»
- Самокат, ООО «Умный ритейл»

### Стратегии лидеров рынка ePharma

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

### Рейтинги предприятий отрасли (юрлиц)

- Таблица 23. Рейтинг предприятий отрасли по выручке от продаж (млрд руб)
- Таблица 24. Рейтинг предприятий отрасли по прибыли от продаж (млрд руб)
- Таблица 25. Рейтинг предприятий отрасли по рентабельности продаж (%)

## ПРОФИЛИ ВЕДУЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ ОТРАСЛИ

### ООО «Агроторг»

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

### АО «Тандер»

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

### АО «Торговый Дом «Перекресток»

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

### ООО «ДНС Ритейл»

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

### ООО «Лента»

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

## Методика подготовки обзора рынка

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

На первой стадии аналитики BusinesStat агрегируют национальную и международную статистику, отраслевую статистику, рыночные исследования. Дополнительно проводится анализ оценок экспертов рынка и информации в СМИ.

На втором этапе работ полученные данные взвешиваются и приводятся к единому непротиворечивому массиву. На этом этапе происходит отбраковка данных, которые представляются аналитикам противоречивыми или менее надежными. Выбранные данные должны находиться между собой в полной корреляции, чтобы сделать возможной комплексную оценку рынка.

Данные по разным показателям извлекаются из разных источников и первоначально не полностью соответствуют друг другу, что часто требует проведения дополнительных расчетов. В итоге по части уточненных, расчетных параметров рынка BusinesStat сам становится источником данных, что отмечено под соответствующими таблицами обзоров.

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

Для уточнения прогнозов анализируются факторы, влияющие на развитие рынка. Часть факторов определена достаточно жестко и может быть использована с большой уверенностью для прогнозирования. Пример такого фактора – государственное отраслевое регулирование. Часто заранее известна политика правительства в области регулирования импорта, по инвестициям в производство и строительство, субсидированию или, наоборот, увеличению налоговой нагрузки на отрасль. Зная качество исполнения подобных программ, аналитик может оценить влияние данного фактора на отрасль.

Влияние некоторых факторов может быть менее выражено либо противоречиво. Чаще всего подобные факторы связаны с планами компаний, событиями на смежных рынках, изменением потребительского поведения. Здесь приходится анализировать более широкий круг переменных, часто применяя бенчмарки с соседних рынков, где аналогичная ситуация происходила ранее, или с рынков аналогичных отраслей других стран, где были аналогичные кейсы. Например, во всех развивающихся странах мира наблюдается схожая динамика потребительского поведения, обусловленная появлением новых категорий товаров, развитием сетевой розницы, приходом международных корпораций.

# Классификация электронной коммерции

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

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

**В обзоре приводится информация по видам электронной коммерции:**

- маркетплейсы
- eGrocery
- ePharma
- остальные интернет-магазины

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

**eGrocery** – сегмент электронной коммерции, в котором онлайн реализуются продукты питания и другие товары для домашнего хозяйства. Позволяет потребителям заказывать продукты и товары для дома посредством сети интернет и получать их с доставкой до дома или офиса. Покупатели могут выбирать из широкого ассортимента товаров, которые обычно можно найти в супермаркетах (товары FMCG).

**ePharma** – сегмент электронной коммерции, в котором онлайн реализуются лекарства и другими медицинскими продуктами. Позволяет покупателям заказывать аптечный ассортимент через интернет и получать в физической аптеке или с доставкой до дома. ePharma также может предлагать дополнительные услуги, такие как консультации с фармацевтом онлайн или информирование о препаратах и их применении.

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

# Оборот рынка электронной коммерции

## Оборот рынка

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

**Таблица 1. Оборот рынка электронной коммерции в России в 2020-2024 гг (млрд руб)**

| Параметр                           | 2020  | 2021  | 2022  | 2023  | 2024  |
|------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Оборот рынка электронной коммерции | 3 221 | 3 921 | 4 986 | 6 072 | 8 604 |
| Динамика (% к предыдущему году)    | 58,5  | 21,7  | 27,2  | 21,8  | 41,7  |

Источник: Ассоциация компаний интернет-торговли, *BusinesStat*

Интернет-торговля – наиболее динамично растущий сегмент розничной торговли в России. В 2020-2024 гг российский рынок eCommerce рос довольно высокими темпами – 22-59% в год. За пять лет рынок увеличился в 2,7 раза: с 3 221 до 8 604 млрд руб. Причем наибольший прирост пришелся на 2020 г, что главным образом стало следствием роста онлайн-торговли из-за вводимых на фоне пандемии ограничений.

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

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

В 2021 г российский рынок eCommerce вырос на 22%. Активно рос оборот Яндекс.Маркета, который вышел на рынок маркетплейсов. В 2020 г компания Яндекс отказалась от использования бренда «Беру», который принадлежал ей совместно со Сбербанком. Также в 2021 г Сбербанк закрыл сделку по покупке 85% маркетплейса Goods.ru. В 2021 г Сбербанк переименовал платформу в СберМегаМаркет. Таким образом, в сегменте маркетплейсом обострилась конкуренция между ведущими игроками (Wildberries, Ozon, Яндекс.Маркет, СберМегаМаркет, AliExpress Россия), что привело к появлению программ лояльности, бонусов, встроенности в экосистемы, снижению цен на площадках, сокращению сроков доставки, снижению комиссии для продавцов.