



## Интернет-торговля в России в 2022 году

Команда Data Insight опубликовала ежегодный отчет “Интернет-торговля в России 2022”. В нем раскрываются ключевые цифры и тренды 2022 г., характеризующие рынок электронной коммерции в России, а также обобщаются важнейшие данные из публичных исследований, выпущенных Data Insight за прошлый год.

### Основные выводы отчета:

в 2022 г. объем рынка розничной интернет-торговли в России составил 5,7 трлн руб. и 2,8 млрд заказов;

темпы роста количества заказов (+65 %). 2022 год вошел в тройку лучших лет российского рынка e-commerce по динамике числа заказов. Объем рынка в рублях вырос на 38 %. Темпы роста интернет-торговли в 2022 г. ожидаемо ниже темпов роста в 2021 г. и чуть ниже прогнозных. Основная причина — уход с рынка значительной части премиального и среднего+ сегментов;

средний чек продолжает снижаться. По итогам 2022 г. он составил 2010 руб., это на 16 % ниже прошлогодних показателей. Причина снижения среднего чека — увеличение доли магазинов с небольшими чеками и частыми заказами (маркетплейсы, ультрабыстрая доставка продуктов). При этом в большинстве магазинов средние чеки выросли за год;

доля онлайн-продаж продолжает расти. В 2022 г. на них пришлось 15 % от всего ритейла и 30 % от рынка непродовольственного ритейла (+3 п.п. и +5 п.п. год к году соответственно). Все данные указаны без учета продаж автомобилей и топлива;

согласно прогнозу Data Insight, в 2023 г. объем продаж на российском рынке электронной коммерции достиг-

нет 7,4 трлн руб., рост составит 30 %. Количество выполненных заказов достигнет 4,6 млрд (+64 %). Темпы роста в текущем году продолжат замедляться, но показатели роста все равно останутся на уровне намного выше среднемирового;

основной рост в 2022 г. обеспечили крупные универсальные маркетплейсы — во второй половине 2022 г. их доля достигла 73 % в общем количестве заказов и впервые превысила половину всего объема продаж. Они же обеспечат основной рост в 2023 г.;

в июне 2022 г. совокупная доля двух крупнейших российских маркетплейсов — Wildberries и Ozon — впервые в истории превысила 2/3 от всех онлайн-заказов и составила 69 %. В ноябре была достигнута максимальная доля Wildberries и Ozon за год — 75 %. По прогнозу Data Insight, в 2023 г. доля двух лидеров рынка составит в среднем по году 53 % по объему онлайн-продаж и 77 % по заказам;

российский рынок логистики (включая MLM и С2С, но не исключая доставку продуктов питания) вырос в 2022 г. в натуральном выражении до 2,55 млрд заказов, при этом только в последнем квартале было доставлено 880 млн заказов, что лишь немногим ниже показателя за весь 2020 г.;

в 2022 г. объем рынка eGrocery (доставка товаров повседневного спроса) вырос на 66 % и составил 553 млрд руб., а количество заказов возросло на 75 %, до 402 млн;

рынок ePharma (доставка фармацевтических и медицинских препаратов) в первом полугодии 2022 г. составил 110 млрд руб. и 60 млн заказов. Рост составил 50 и 36 % соответственно;

в период с апреля 2021 г. по март 2022 г. россияне сделали 2,6 млрд заказов услуг с использованием интернета. Количество исполнителей на рынке услуг снизилось на 9 % и составило 8,6 млн человек.

### Ключевые тренды рынка 2022 — 2023 гг.:

снижение доли импульсных и премиальных покупок;

ускорение перетока на маркетплейсы;

подвижность рынка в части распределения между брендами;

взрывной рост вложений в продвижение на маркетплейсах;

заметное снижение средней стоимости покупок.

Познакомим читателей с некоторыми разделами отчета “Интернет-торговля в России 2022”.

### Интернет-торговля в мире

Информация о ключевых рынках интернет-торговли в мире, представленная в исследовании Data Insight, приведена на рис. 1 и сведена в табл. 1. Среди источников данных: World Population Review, The World Bank, International Monetary Fund, расчеты и оценка Data Insight.

Ведущей страной мира в области розничной электронной торговли по объему продаж в 2022 г. оставался Китай (2135 млрд долл.). В первую тройку входят также США (916 млрд долл.) и Япония (200 млрд долл.).

Россия второй год подряд занимает в рейтинге 9-е место, однако она — несомненный лидер по темпам роста электронной коммерции в мире за прошлый год.