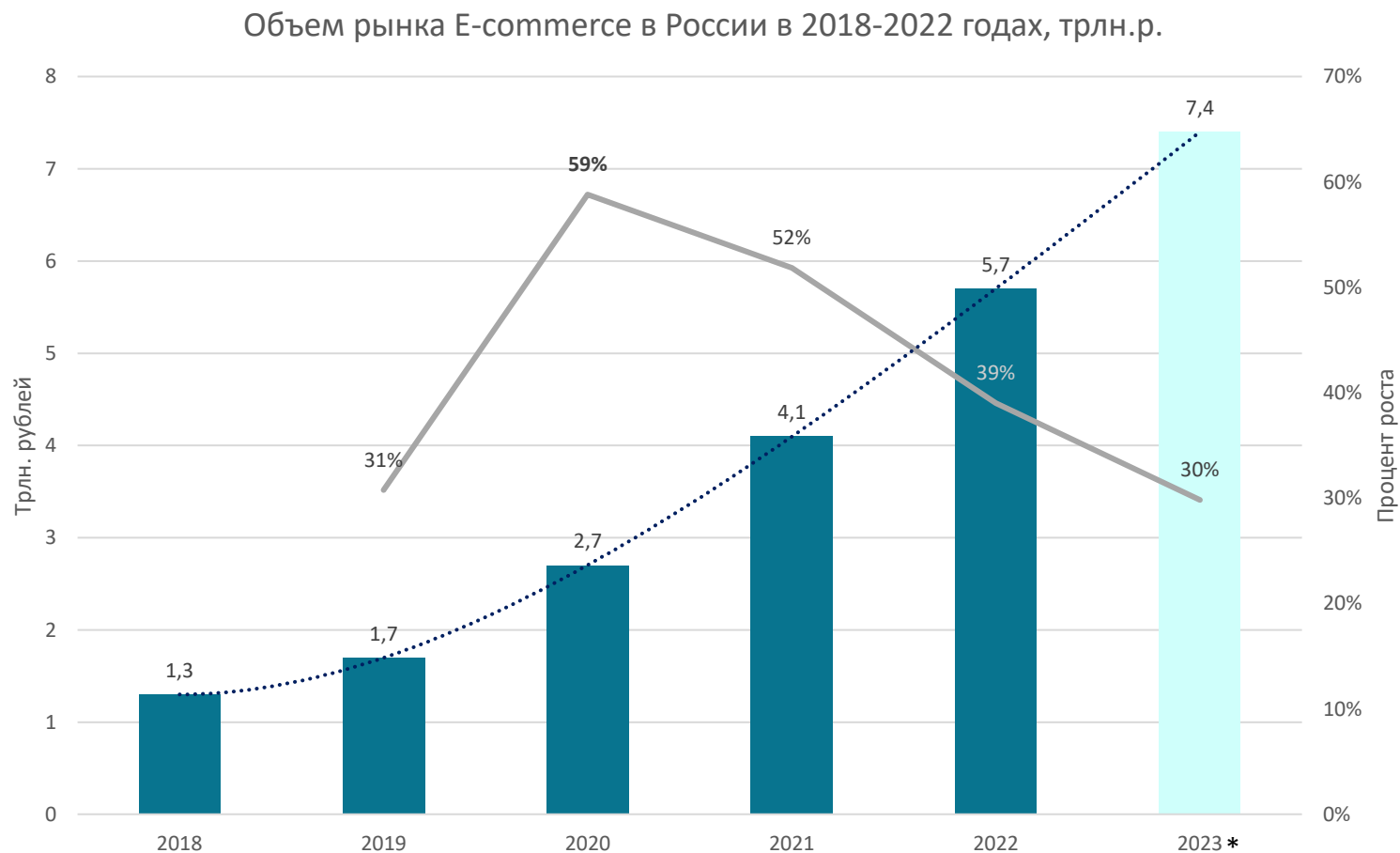


A monochromatic blue-toned photograph of a person's hands typing on a laptop keyboard. A small, wireframe shopping cart is positioned on the left side of the laptop. The background is dark and out of focus.

Обзор российского рынка E-commerce

- динамика рынка с прогнозом на 2023 год
- доля крупнейших компаний
- описание крупнейшей компании рынка

С 2018 по 2022 годы российский рынок E-commerce вырос более чем в 4 раза и продолжает тенденцию роста.



На фоне пандемии на российском рынке электронной коммерции наблюдался рост в 2019-2022 годах с сильным рывком на 59% в 2020 году.

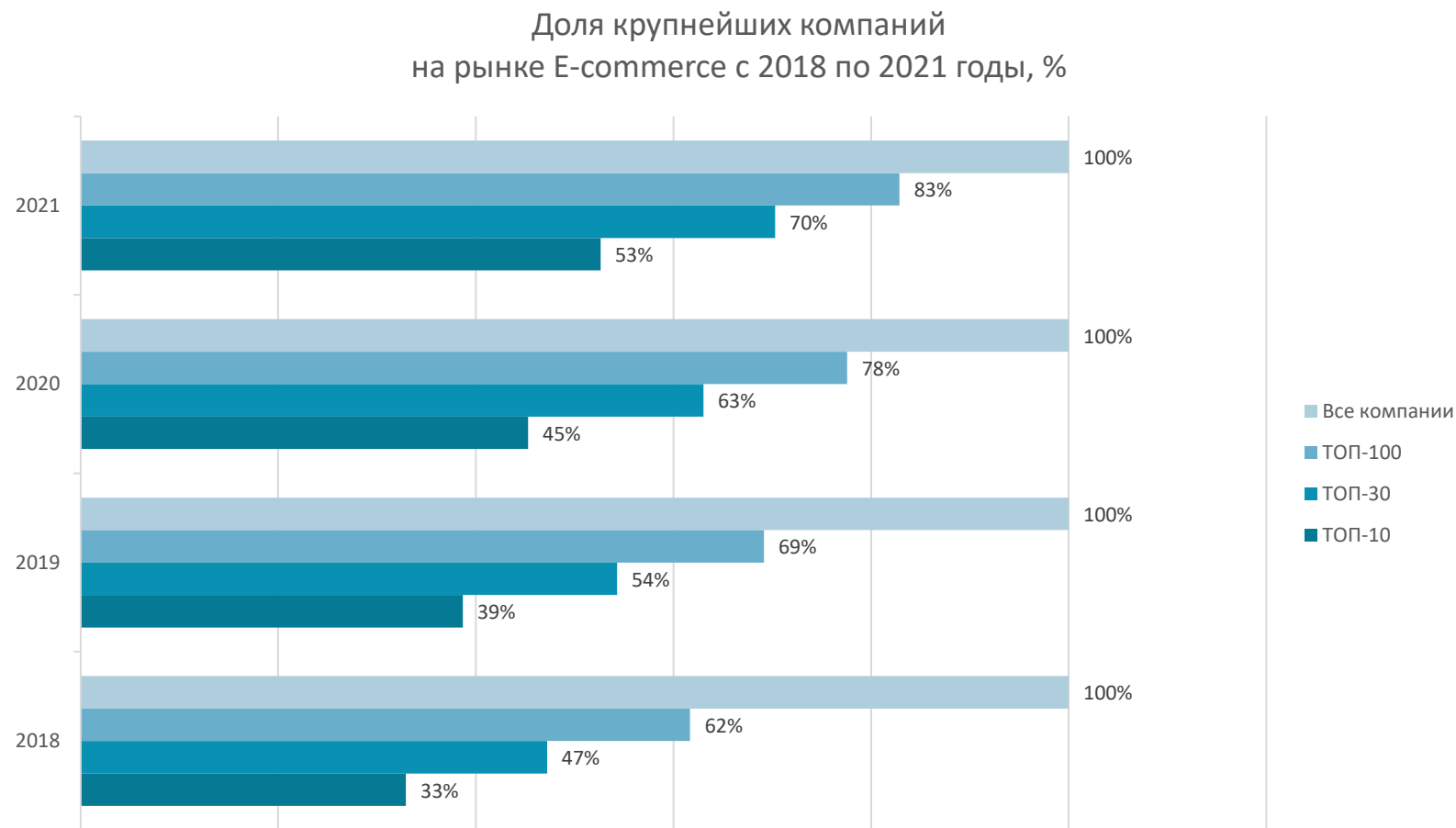
- Причинами являлись следствия пандемии:
- ограничения на выход из дома и удаленная работа,
 - временное закрытие многих торговых и развлекательных пространств,
 - высокий уровень стресса и общий страх из-за пандемии,
 - потребность в положительных эмоциях, реализуемая через быстрые покупки.

Многие покупатели и продавцы вышли в сеть, оценили удобство и выгоды онлайн-коммерции, и продолжают сотрудничать на онлайн-площадках.

По прогнозам, рост рынка в ближайшие годы продолжится и будет достаточно стабильным. Для бизнеса это означает, что офлайн-торговлю стоит дополнить онлайн-продажами.

* прогноз объема рынка на 2023 год
Источники: ООО «Дейта Инсайт», ООО «Ашманов и партнеры», Ассоциация компаний интернет-торговли

Доля крупнейших компаний на российском рынке E-commerce стабильно растет с 2018 по 2021 год.



Обзор крупнейшей компании на российском рынке E-commerce – Wildberries.

География присутствия

- Россия
- Беларусь
- Словакия
- Молдавия
- Казахстан
- Армения
- Киргизия
- Узбекистан
- Германия
- Италия
- Франция
- Испания
- Польша
- Турция
- США

25 000
сотрудников

2 главные причины стремительного роста

- Введение бесплатной доставки первыми на российском рынке.
- Открытие во всех уголках России собственных ПВЗ — пунктов выдачи заказов.

Дополнительные причины роста на фоне конкурентов

1. Логистическая цепь строится возле «микрораспределительных центров» — ПВЗ.
2. Заказы сразу отвозят в пункты с примерочными (а не собирают на одном складе, чтобы упаковать их в коробку для покупателя).
3. Партнеры могут оставить товары в любом пункте приемки, откуда продукция развозится по складам всей страны.
4. Не выкупленные товары можно оставить в ПВЗ, перевезти в другой пункт или же вернуть на склад (снижение расходов на «возвратную логистику»).
5. Стремительное развитие сети ПВЗ во всех густонаселенных районах крупных городов РФ.
6. Развитие сети в регионах — 80 % поставок идут в регионы.