Ритейл в России. Осень 2026

Беляев Сергей

DataInsight

Надо подписаться, здесь – наши данные

Мы публикуем много бесплатных данных по рынку в рассылке DI, Telegram-канале DI и других медиа

Подпишитесь сегодня и получайте актуальные данные вовремя

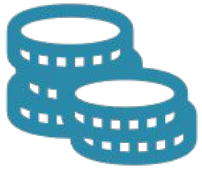
Объем B2C eCommerce в России, 2026. Прогноз 12.2025



10

млрд

+20%



15,4

трлн руб.

+15%



1 550

руб.

-4%

Источник: данные Data Insight, декабрь 2025 (предварительные оценки)

Первое полугодие 2026. Заказы

4,51 млрд

заказов за I полугодие
+32% к I полугодию 2025

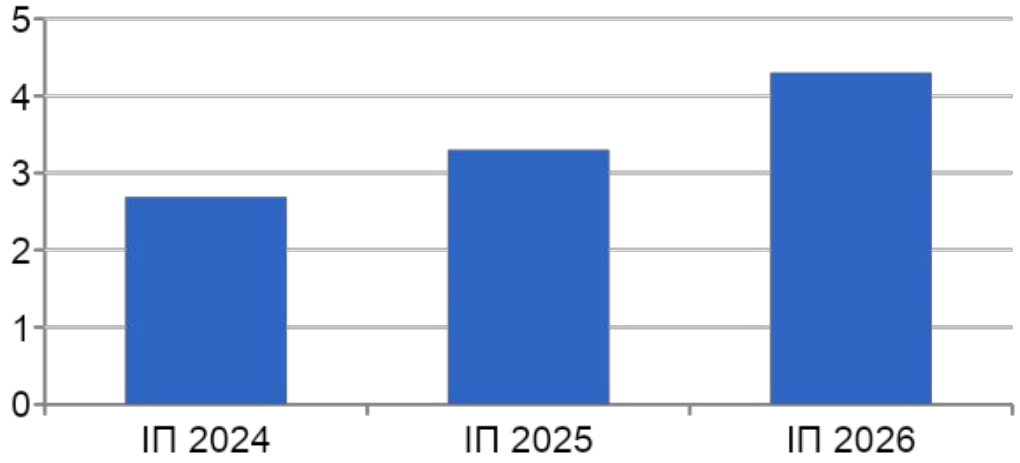
84%

заказов приходится
на Wildberries и Ozon

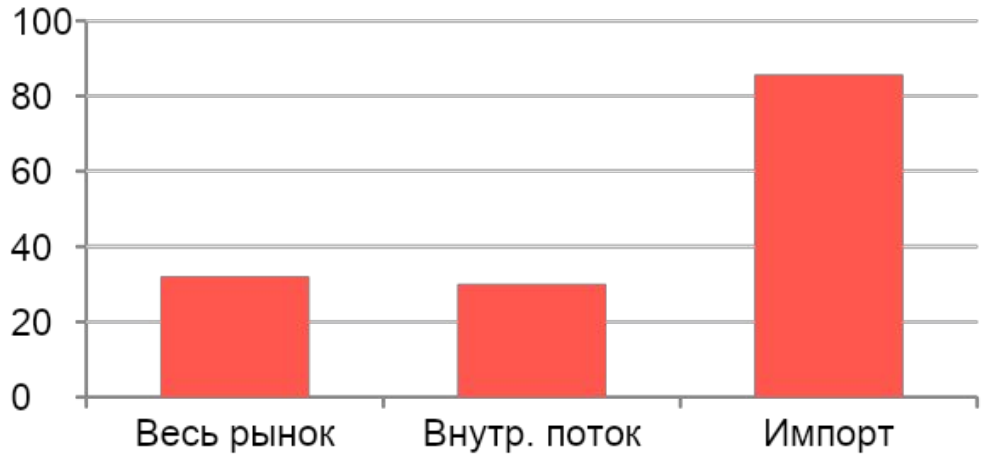
204 млн

розничный онлайн-импорт
+85,6% год к году

Внутрироссийский поток B2C+C2C, млрд заказов



Рост к I полугодию 2025, %



Источник: данные Data Insight, август 2026 (предварительные оценки)

Атака на склады маркетплейсов

WB

Уничтожено товаров селлеров - 550-605 млрд

Поражено 21 локация

Поражено складской инфраструктуры 1803,6 - 1974,1 тыс кв.м или 34,7-38%

Ozon

Уничтожено товаров селлеров - 36-95 млрд

Поражено 9 локаций

Поражено складской инфраструктуры 343 тыс кв.м или 6,9%

Атака на склады маркетплейсов

- Логистика дорожает и будет дорожать ещё
- Экономика селлеров перестает сходиться FBS не FBO
- Недостаток товаров на осенний сезон
- Сокращение числа селлеров
- Сокращение числа ПВЗ

Атака на склады ускорила процесс экстренной перестройки ритейла, который уже начался. *Рост стоимости продаж, консолидация селлеров и снижение ассортимента, рост трансграничных продаж – все это ускорено и усложнено атаками*

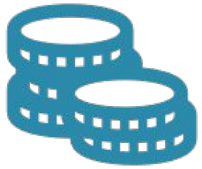
Объем B2C eCommerce в России, 2026. Прогноз 9.2026



9,6

млрд

+16%



15

трлн руб.

+12,5%



1 550

руб.

-4%

Data Insight, сентябрь 2026

КРОССБОРД: ВЗРЫВНОЙ РОСТ

Ожидания:

- В этом году — до 650–700 млрд руб.
- В следующем году — ещё +50–60%, до ~1 трлн руб.

DTC теперь - центр управления лояльностью

Рост новых брендов, сокращение возможностей рекламы, переток потребителей на платформы

- Управление коммуникацией во всех каналах (своих и чужих)
- Управление лояльностью во всех каналах
- Брендинг, ощущения, представленность
- Цена
- Наличие
- Персональные предложения
- Сервис

DTC – представленность бренда перед лицом потребителя в канале совершения покупки *VS создания собственных каналов продаж (сайт, приложение) для хорошей представленности брендов*

10 Площадки покупки товаров за последний год

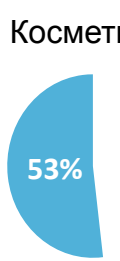
Несмотря на рост популярности маркетплейсов, охват которых составил 73% покупателей за 12 месяцев, независимый ритейл также остаётся крупным каналом для своей аудитории. 59% жителей средних и крупных городов России делали там покупки в онлайне или офлайне

Категории с наибольшим суммарным охватом независимого ритейла:



Категории с наименьшим суммарным охватом независимого ритейла:





Доля покупателей независимого ритейла от числа всех покупателей в товарных группах

Категория	Доля	Период
DIY — товары для дома, строительства и ремонта	66%	12 мес.
Электроника и бытовая техника	64%	12 мес.
Косметика	53%	6 мес.
Ювелирные украшения	72%	6 мес.
Одежда, обувь и аксессуары	43%	3 мес.
Продукты питания	84%	3 мес.

Онлайн-опрос методом онлайн-панели. Май 2025 года, Россия, N = 15 901.
Подробные условия опроса – см. в полном исследовании
Источник: Data Insight & Яндекс Пэй для бизнеса. «Независимый eCommerce: покупательское поведение 2025», 2025
https://datainsight.ru/DI_independent_eCommerce_2025

© ООО «Дейта Инсайт», 2026

10 Факторы выбора интернет-магазина для покупки

Оценка значимости по шкале от 1 до 10

При выборе интернет-магазина покупателей в первую очередь интересуют свойства товара: качество, ассортимент, цена. А также сервис и уровень услуг: гарантии, доставка, сайт или приложение, точки выдачи товара, уважение к покупателю.

Топ-10 факторов выбора интернет-магазина для покупки	Среднее
Качество товара	9,0
Широкий ассортимент	8,7
Лучшая цена	8,7
Гарантии (возврат, гарантийный срок, страховка)	8,7
Быстрая доставка	8,5
Удобный сайт / приложение	8,5
Близость ПВЗ или магазина к дому	8,3
Внимательное отношение	8,3
Частые скидки	8,3
Много отзывов на товары	8,2

Условные выделения групп факторов:

- Персонализация
- Товар
- Сервис

Онлайн-опрос методом онлайн-панели. Май 2025 года, Россия, N = 3000.
Подробные условия опроса – см. в полном исследовании
Источник: Data Insight & Яндекс Пэй для бизнеса. «Независимый eCommerce: покупательское поведение 2025», 2025 – https://datainsight.ru/DI_independent_eCommerce_2025

© ООО «Дейта Инсайт», 2026

ГОСБЮДЖЕТ: НЕОЖИДАННЫЙ ЭФФЕКТ

· Дефицит бюджета → сокращение закупок госкомпаниями
· В том числе на маркетплейсах: школы, больницы, детские сады
· Часть расходов перетекает в коммерческий сектор и на физиков
· Рост потребления летом и осенью частично обусловлен переносом госзатрат на физиков и юриков

ГОСБЮДЖЕТ: НЕОЖИДАННЫЙ ЭФФЕКТ

Рост фармы летом на 14-15% вместо прогнозируемых 6-7%

Факты о Data Insight

Исследуем интернет-рынки с 2010 года

50+исследований о рынке eCommerce в год

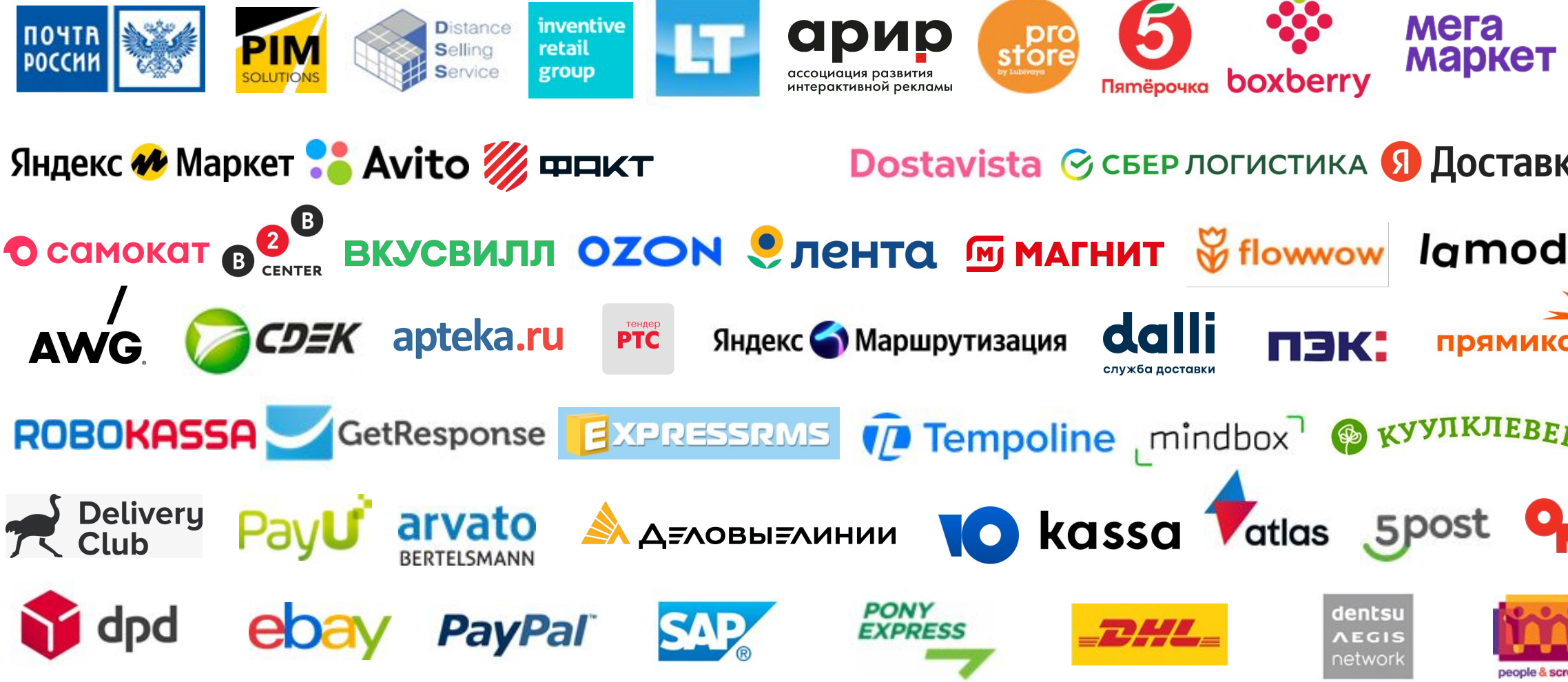
Одно из самых цитируемых аналитических агентств в России

Использование и сопоставление всех источников обеспечивает максимальную точность и надежность оценок

Публикации исследований в ведущих СМИ и в 100+ профильных СМИ

Ежемесячный охват исследований в собственных канала Data Insight ≈ 25 тыс. человек

Партнеры Data Insight



Data Insight

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

Новости Data Insight

Исследования по почте от Data Insight

Telegram Data Insight

Исследования, события, новости рынка от Data Insight

Контакты

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