

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2026 / № 17

27 Апреля 2026 - 03 Мая 2026

В выпуске:

Россия:

Data Insight: 94 млн заказов выполнили на рынке eGrocery в январе 2026 г.

Разговоры о логистике: Олег Ряженев-Симс, «Мастер Деливери»

Общие онлайн-продажи М.Видео составили 134,8 млрд руб. в 2025 г.

Онлайн-продажи «Группы Лента» увеличились на 18,8% в I кв. 2026 г.

М.Видео добавит на маркетплейс продукты питания и FMCG-ассортимент

Оборот Ozon увеличился на 36% в I кв. 2026 г.

Выручка e-com направления Яндекса выросла на 18% в I кв. 2026 г.

Ozon внедрил ИИ-ассистента в личный кабинет продавца

М.Видео начала продажи товаров из-за рубежа на маркетплейсе

Lamoda приобрела 90% доли бренда Selfmade

Весь мир:

Чистые продажи Amazon увеличились на 17% по итогам I кв. 2026 г.

eBay нарастил выручку на 19% в I кв. 2026 г.

Uber предложит пользователям новые функции

Выручка Etsy составила \$631 млн в I кв. 2026 г.

Розничные онлайн-продажи в Китае увеличились на 8% в I кв. 2026 г.

ECDB: Продукты питания — быстрорастущая категория e-commerce

Новостной дайджест рынка B2B



Россия:

Data Insight: 94 млн заказов выполнили на рынке eGrocery в январе 2026 г.

Datainsight.ru, 29.04.2026

/новость

Data Insight анонсирует **новый выпуск** ежемесячного бюллетеня, посвященного развитию eGrocery в России. В нем раскрываются основные цифры, характеризующие рынок онлайн продажи продуктов за **январь 2026**.

Бюллетень eGrocery в России | январь 2026 (#02_2026)

1.1. Количество заказов в январе



94 млн

в январе



-8%

к декабрю



+15%

к январю 2025

В среднем в сутки **3 036 тыс. заказов (-8% к декабрю 2025 г.)**

Здесь и далее учитываются заказы через интернет-магазины и службы доставки продуктов питания (для Яндекс Еда и Деливери учитываются только заказы из магазинов и не учитываются заказы из ресторанов), а также заказы через сервисы экспресс-доставки универсальных маркетплейсов
Рост за месяц считается относительно оценок за предыдущий месяц, которые могли быть уточнены на основе новых поступивших данных

© ООО «Дейта Инсайт», 2026



3

- В январе 2026 года интернет-магазины и сервисы доставки продуктов питания выполнили **94 млн заказов**, что на **8% меньше**, чем в декабре 2025 года, и на **15% больше**, чем в январе 2025 года.
- В январе 2026 года среднесуточное количество заказов составило **3 036 тыс.** Этот показатель является третьим результатом в истории – больше было только в ноябре и декабре 2025 года.
- Объем онлайн-продаж интернет-магазинов и сервисов доставки продуктов питания в январе составил **143 млрд рублей (+22% к январю 2025 года)**.

[Подписаться на Бюллетень eGrocery](#)

Источник:

[eGrocery бюллетень, февраль 2026](#)



Разговоры о логистике: Олег Ряженков-Симс, «Мастер Деливери»

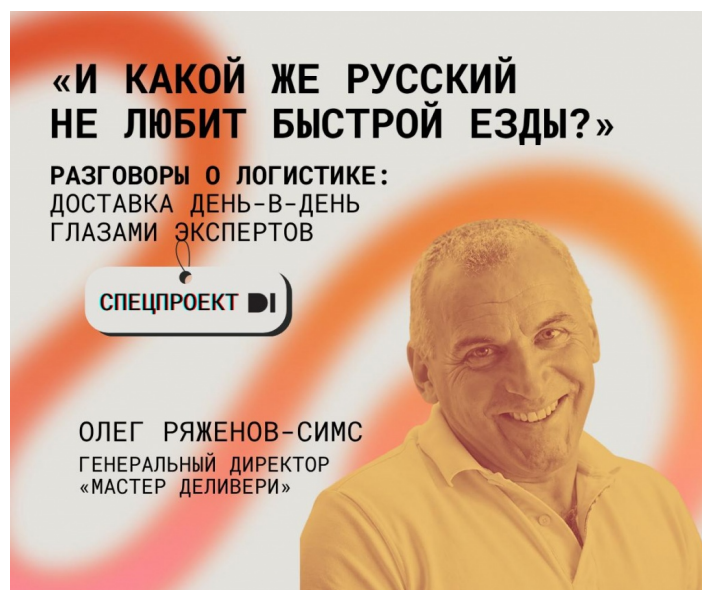
Datainsight.ru, 29.04.2026

/новость

Сергей Семко, ведущий аналитик **Data Insight**, в рамках проекта **«Разговоры о логистике: доставка день-в-день глазами экспертов»** поговорил **Олегом Ряженковым-Симсом**, генеральным директором **«Мастер Деливери»**.

Master Delivery часто описывается как технологическая платформа городской логистики. Расскажите об ее особенностях и какие задачи вы решаете для клиентов на рынке городской доставки?

Компания «Мастер Деливери» является разработчиком одноименной цифровой платформы для управления доставкой на «последней миле». Наше IT-решение учитывает множество параметров одновременно: информацию о торговой точке, адресе получателя, трафике, доступности конкретного логиста, характеристиках курьера и других факторах, влияющих на качество доставки. Эти данные собираются, сегментируются по зонам, дням недели, часам, а затем обрабатываются с помощью алгоритмов машинного обучения. По сути, мы уже давно применяем AI-подходы в операционном управлении логистикой, что позволяет пользователям для каждого конкретного заказа в реальном времени определить наиболее эффективную схему исполнения: какого логиста и какого курьера нужно назначить, чтобы заказ был доставлен быстро, качественно и экономически эффективно.



Интервью с Олегом Ряженковым-Симсом, генеральным директором Мастер Деливери

Источник:

[Развитие доставки день-в-день невозможна без технологических инноваций | Олег Ряженков-Симс](#)

Общие онлайн-продажи М.Видео составили 134,8 млрд руб. в 2025 г.

Mvideoeldorado.ru, 30.04.2026

/новость

Общие продажи (GMV) М.Видео в 2025 году составили 418,1 млрд руб. (с НДС), выручка — 324,8 млрд руб., что ниже показателей прошлого года. Общие онлайн-продажи составили 134,8 млрд руб. (с НДС) или 32,2% от GMV. При этом 10% всех заказов пришлось на заказы от селлеров собственного маркетплейса.



ИТОГИ 2025 ГОДА

80+ млн

ЧЕЛОВЕК НАША КЛИЕНТСКАЯ БАЗА,
В Т.Ч. БОЛЕЕ 5,5 МЛН НОВЫХ КЛИЕНТОВ В 2025 Г.

418

МЛРД РУБ. GMV ⁽¹⁾

>50 000

ПАРТНЕРСКИХ ПВЗ И
ПОСТАМАТОВ ⁽²⁾

32%

ДОЛЯ ОНЛАЙН-ПРОДАЖ ⁽³⁾

209

ТЫС. SKU ОБЩИЙ
АССОРТИМЕНТ ⁽⁴⁾

942

МАГАЗИНА В РФ ⁽⁴⁾

14,9 млн

ОБЩЕЕ ЧИСЛО УСТАНОВОК
МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ ⁽⁴⁾

>20

НОВЫХ КАТЕГОРИЙ
ТОВАРОВ

52

СЕРВИСНЫХ ЦЕНТРА
М.МАСТЕР ⁽⁴⁾

(1) Показатель GMV (gross merchandise value) включает покупки в розничных магазинах (включая заказы самовывозом), оптовые и доставленные на дом онлайн-заказы, а также оптовые отгрузки со складов юридическим лицам. Покупки в магазинах и онлайн-заказы могут совершаться физическими и юридическими лицами. GMV включает продажи товаров и сервисов, которые могут быть собственными и агентскими. GMV включает НДС, идет за вычетом бонус, предоставленных покупателями, а также за вычетом возвратов, совершаемых за отчетный период. Показатель GMV не является выручкой Компании.
(2) Данные за 2025, исключает поставщики 5 розн. ПВЗ Яндекс.Маркет и СДЭК.
(3) Данные за 2025 г. В отчетном периоде методика расчета показателя была пересмотрена: из онлайн-канала исключены продажи через мобильное приложение продавца. Именно этот канал оказывал существенное влияние на итоговую долю онлайн-продаж. Обновленная методика охватывает продажи Компании через собственные онлайн-каналы (сайты и мобильные приложения брендов М.Видео и Эльдorado), а также продажи на сторонних маркетплейсах.
(4) Данные на 31.12.2025.

Валовая прибыль составила 37,7 млрд руб., валовая рентабельность — 11,6%. Показатель EBITDA составил –7,98 млрд руб. по МСФО 16. Чистый убыток по МСФО 16 составил 63,6 млрд руб.

Клиентская база выросла до 80,9 млн человек к концу 2025 года. Общие установки пользовательских мобильных приложений «М.Видео» и «Эльдorado» составили 14,9 млн, увеличившись на 5%.

«2025 год стал последним годом М.Видео в качестве классического ритейлера сегмента бытовой техники и электроники», — отметил генеральный директор компании Владислав Бакальчук. Компания полностью меняет бизнес-модель и на базе М.Видео развивает первый в России мультикатегорийный маркетплейс с опорой на собственную розницу и сеть партнерских ПВЗ.

Источник:

[М.Видео представила операционно-финансовые результаты за 2025 год](#)



Онлайн-продажи «Группы Лента» увеличились на 18,8% в I кв. 2026 г.

Lentagroup.ru, 30.04.2026

/новость

Онлайн-продажи «Группы Лента» в I кв. 2026 года выросли на 18,8% год к году до 21,1 млрд руб. Основным драйвером направления стал рост собственных сервисов на 40,9%, при этом выручка онлайн-партнеров снизилась на 19,1%.

Группа масштабирует онлайн-доставку «Монетки»: на 31 марта сервис подключен в более 1 750 магазинах (42% сети), а план по онлайн-выручке за I кв. перевыполнен более чем на 50%.

Онлайн-продажи

	1 кв. 2026	1 кв. 2025	Изм.	Изм. (%)
Онлайн-выручка (млн руб.)	21 078	17 741	3 337	18,8%
Онлайн-партнёры	5 288	6 535	(1 247)	(19,1%)
Собственные сервисы	15 789	11 205	4 584	40,9%
Средний онлайн-чек (руб.)	2 963	2 652	311	11,7%
Онлайн-партнёры	2 548	2 467	81	3,3%
Собственные сервисы	3 134	2 774	361	13,0%
Кол-во онлайн-заказов (тыс.)	7 113	6 689	424	6,3%
Онлайн-партнёры	2 075	2 649	(574)	(21,7%)
Собственные сервисы	5 038	4 040	998	24,7%

Источник:

[«Группа Лента» объявляет о росте выручки на 23,4% в 1 квартале 2026 года](#)

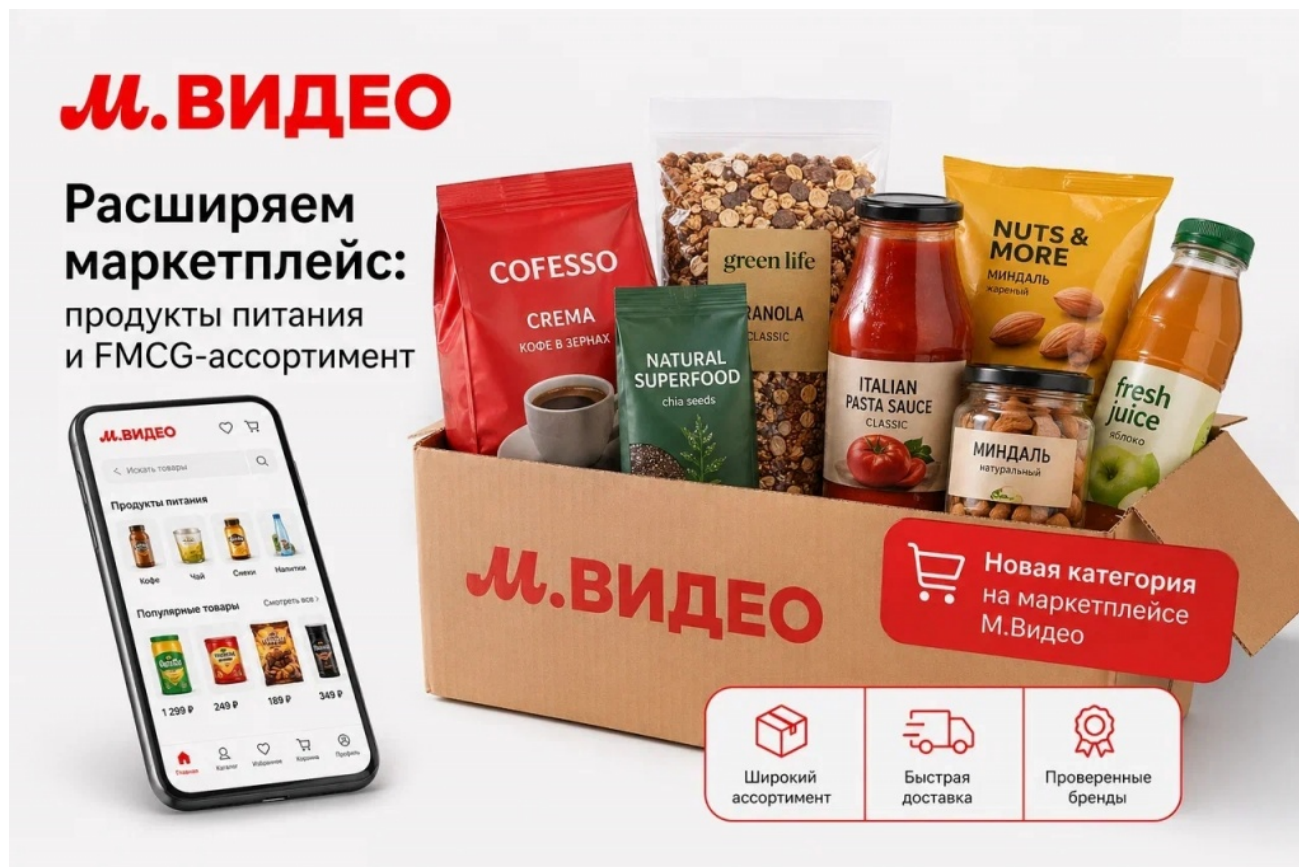


М.Видео добавит на маркетплейс продукты питания и FMCG-ассортимент

Mvideoeldorado.ru, 30.04.2026

/новость

М.Видео расширяет собственный маркетплейс продуктами питания и сопутствующим FMCG-ассортиментом. Развитие food-сегмента стало очередным этапом масштабирования мультикатегорийной платформы.



Продажи стартовали с кофейного направления: сейчас представлено более 200 SKU. С мая начнется активное расширение предложения. К категории уже подключены и находятся в стадии запуска десятки производителей и поставщиков, включая бренды кофе, чая, снеков, кондитерской продукции, бакалеи и напитков.

До конца 2026 года М.Видео планируеткратно увеличить число продавцов в food-сегменте, расширить ассортимент до нескольких тысяч SKU и интегрировать категорию в единую механику мультикатегорийных предложений, акций и персонализированных рекомендаций на маркетплейсе.

Источник:

[М.Видео расширит собственный маркетплейс продуктами питания и FMCG-ассортиментом](#)

Оборот Ozon увеличился на 36% в I кв. 2026 г.

Corp.ozon.ru, 28.04.2026

/новость

По итогам I кв. 2026 года Ozon увеличил выручку на 49% до 300,9 млрд руб. Основными драйверами стали рост выручки от услуг (в 1,6 раза) и процентной выручки финтеха (в 1,7 раза).

Скорр. EBITDA Группы по итогам квартала выросла в 1,5 раза г/г до 48,8 млрд руб. В e-com бизнесе скорр. EBITDA увеличилась на 61% до 31,8 млрд руб., а в финтех-сегменте – в 1,3 раза до 17 млрд руб. Чистая прибыль составила 4,5 млрд руб. по сравнению с убытком в размере 7,9 млрд руб. в I кв. 2025 года.

Выручка e-com бизнеса увеличилась на 46% до 250,1 млрд руб. Оборот (GMV) с учетом услуг вырос на 36% до 1,135 трлн руб.

База активных покупателей маркетплейса увеличилась до 67,3 млн пользователей. В среднем, каждый клиент делает 42 заказа в год. С января по март компания доставила 807,7 млн заказов (+83%).



Источник:

Ozon показывает прибыль четвертый квартал подряд

Выручка e-commerce направления Яндекса выросла на 18% в I кв. 2026 г.

Yandex.ru, 28.04.2026

/новость

Общая выручка Городских сервисов Яндекса в I кв. 2026 года выросла на 18% и составила 210,5 млрд руб. Основное влияние оказал рост выручки направления Электронной коммерции – на 18% до 123,4 млрд руб.

Общий скорректированный показатель EBITDA в I кв. 2026 года составил 21,5 млрд руб., что на 161% выше, чем годом ранее.

Отмечается замедление динамики роста валового оборота сервисов Электронной коммерции, что связано прежде всего с переходом к более эффективной промо- и маркетинговой модели развития Яндекс Маркета.

В Яндекс Еде рост оборота составил 17% год к году. Ритейл-направление выросло на 32%. Оборот Яндекс Лавки в I кв. увеличился на 27% год к году, в том числе за счет расширения предложения горячей еды.

Электронная коммерция



Данные за I кв. 2026 года, если не указано иное, период показателей по открытию и соответствующему периоду прошлого года.
Примечание: 1 Активный продавец — продавец, совершивший хотя бы одну продажу в течение 12 месяцев с момента начала отчётной даты; 2 Активный покупатель — покупатель, совершивший хотя бы одну покупку в течение 12 месяцев с момента начала отчётной даты; 3 Данные за I квартал 2026 г. Валовой оборот (GTV) сервиса Электронной коммерции — совокупная стоимость всех проданных, доставленных и оплаченных товаров на платформах Яндекс Маркет и Яндекс Лавка, в том числе совокупная стоимость заказов, доставленных сервисами Яндекс Еда и Деливери (доставка продуктов из магазинов и готовой еды из ресторанов), исключая стоимость услуг сервиса и НДС; 4 Доход от рекламы Маркета — совокупный оборот (без НДС) от рекламных услуг, которые сервис оказывает рекламодателям

Источник:

Яндекс объявляет финансовые результаты за I квартал 2026 года



Ozon внедрил ИИ-ассистента в личный кабинет продавца

Corp.ozon.ru, 28.04.2026

/новость

Ozon запускает ИИ-ассистента для продавцов в личном кабинете. «Умный ассистент» анализирует данные магазина, дает персональные рекомендации и отвечает на вопросы по работе с платформой.

По оценкам Ozon, инструмент сможет закрыть до 20% вопросов продавцов, которые ранее они задавали в техническую поддержку. Ассистент автоматически обрабатывает данные магазина и формирует рекомендации.

Вопрос можно задать в свободной форме и получить ответ на основе базы знаний платформы или собственной аналитики. Система учитывает контекст диалога, уточняет запросы и предлагает релевантные действия. Отдельные сценарии предусмотрены для новых продавцов.

«Умный ассистент» создан на базе языковой модели Qwen 3.5. Сейчас инструмент доступен части продавцов в тестовом режиме. В дальнейшем он будет доступен всем партнерам площадки.



Источник:

[Ozon запускает ИИ-ассистента для продавцов в личном кабинете](#)

М.Видео начала продажи товаров из-за рубежа на маркетплейсе

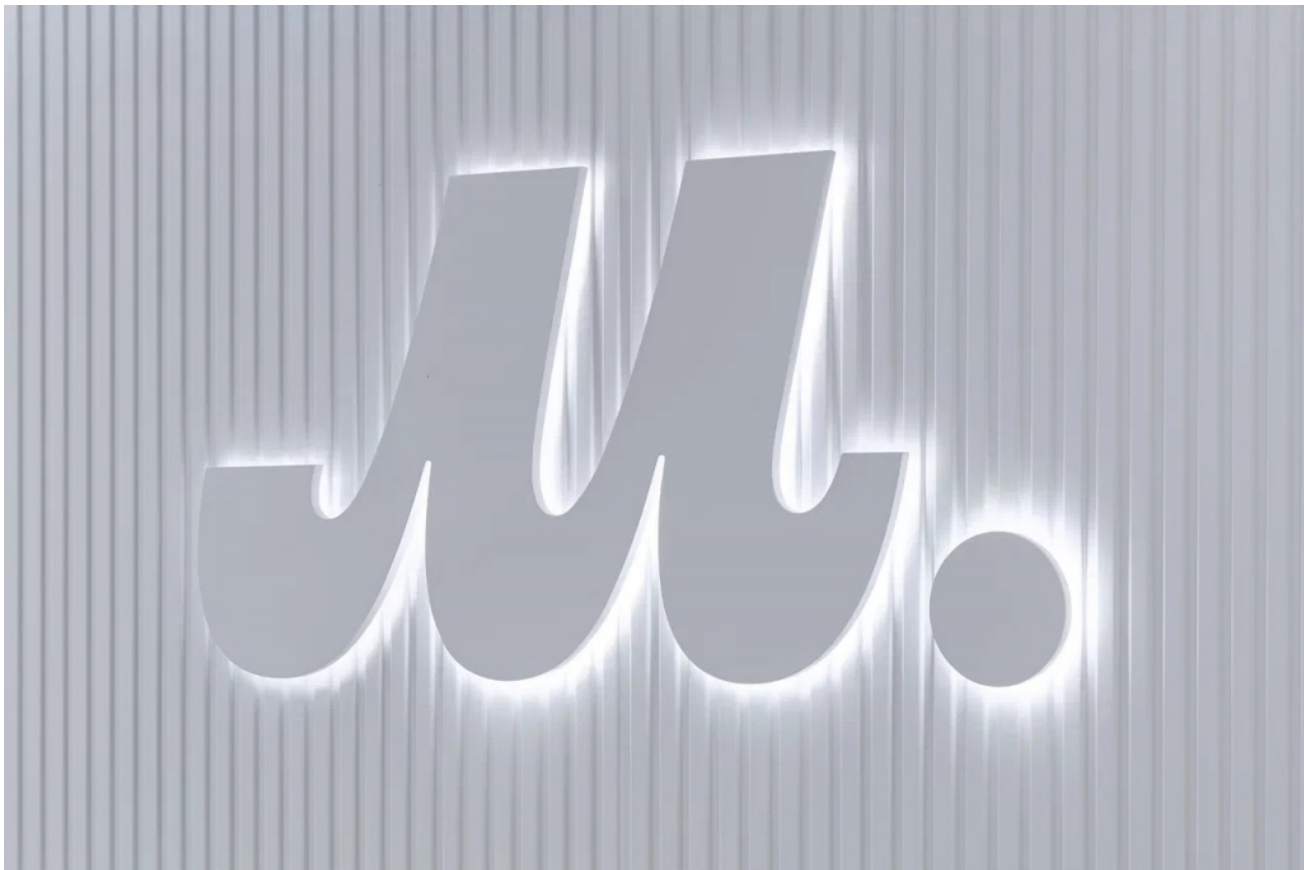
Mvideoeldorado.ru, 27.04.2026

/новость

М.Видео запускает направление трансграничной торговли и расширяет ассортимент маркетплейса за счет поставок из стран дальнего зарубежья, включая Китай, Гонконг и ОАЭ. Логистику и таможенное оформление обеспечивают специализированные операторы.

Первые заказы были протестированы вместе с одним из крупных игроков рынка трансграничной торговли – «Дубайский Экспресс». На текущем этапе предложение сосредоточено в категории электроники – прежде всего, в смартфонах и устройствах мировых брендов, таких как Apple и Samsung.

При этом компания развивает востребованные категории маркетплейса, включая электронику, fashion, косметику, товары для дома. В ассортименте уже представлен ряд международных брендов, включая Sony, Microsoft и Dyson. В стадии подключения находятся продавцы с потенциальным ассортиментом более 20 млн SKU.



Источник:

[М.Видео начала продажи товаров из-за рубежа на собственном маркетплейсе](#)

Lamoda приобрела 90% доли бренда Selfmade

Lamoda.ru, 27.04.2026

/новость

Lamoda приобрела 90% доли премиального бренда Selfmade. Его основатель Татьяна Куценко сохранила 10% и продолжает занимать позицию генерального директора.

Бренд одежды Selfmade создан в 2017 году. Собственные коллекции разрабатываются командой и производятся преимущественно на фабриках в России и Беларуси.

В портфеле – интернет-магазин, 5 розничных магазинов в Москве и Санкт-Петербурге, 340 тыс. подписчиков в соцсетях.

Партнерство открывает доступ к логистическим и IT-ресурсам Lamoda, данным и глубокой аналитике покупательского поведения, что ускорит масштабирование и усилит присутствие Selfmade на рынке.



Источник:

[Lamoda приобрела контрольную долю в премиальном бренде Selfmade](#)

Весь мир:

Чистые продажи Amazon увеличились на 17% по итогам I кв. 2026 г.

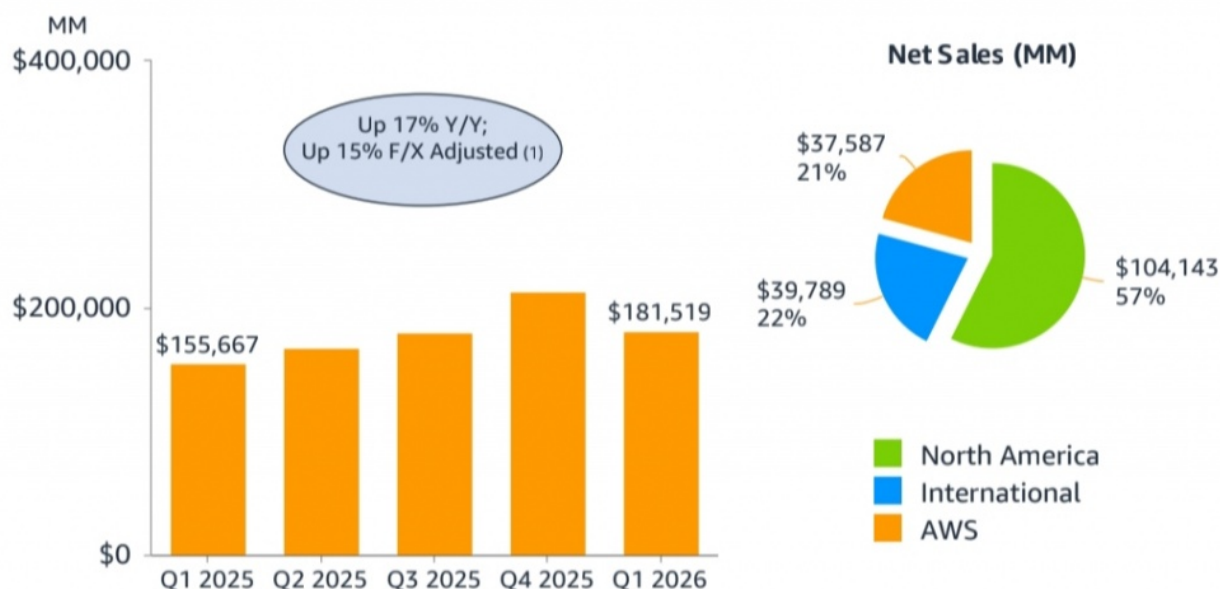
Ir.aboutamazon.com, 29.04.2026

/НОВОСТЬ

Чистые продажи Amazon в I кв. 2026 года выросли на 17%, составив \$181,5 млрд. При этом продажи сегмента Северной Америки выросли на 12%, международного сегмента — на 19%, а сегмента AWS — на 28% в годовом исчислении.

Операционная прибыль в I кв. выросла до \$23,9 млрд по сравнению с \$18,4 млрд годом ранее. Чистая прибыль увеличилась до \$30,3 млрд против \$17,1 млрд в аналогичном периоде прошлого года. Разводненная прибыль на акцию составила \$2,78 против \$1,59 в I кв. 2025 года.

Net Sales



(1) Information throughout this presentation regarding the effect of foreign exchange rates, versus the U.S. Dollar, on our net sales and operating income is provided to show reported period operating results had the foreign exchange rates remained the same as those in effect in the comparable prior year periods.

Источник:

[Amazon.com Announces First Quarter Results](#)

eBay нарастил выручку на 19% в I кв. 2026 г.

Ebayinc.com, 29.04.2026

/новость

По итогам I кв. 2026 года выручка eBay составила \$3,1 млрд, что на 19% больше, чем за аналогичный период прошлого года. GMV увеличился на 18% до \$22,2 млрд.

Рекламные предложения компании сгенерировали \$581 млн, что составляет 2,6% от общего объема продаж.

Чистая прибыль от продолжающейся деятельности по GAAP составила \$512 млн, разведенная прибыль на акцию — \$1,12.

Q1'26 Results

	GUIDANCE	ACTUALS
GMV (in billions)	\$21.5 - \$21.9 15% - 17% spot 10% - 12% FXN ⁽¹⁾	\$22.2 18% spot 14% FXN ⁽¹⁾
Revenue (in billions)	\$3.00 - \$3.05 16% - 18% spot 13% - 15% FXN ⁽¹⁾	\$3.09 19% spot 17% FXN ⁽¹⁾
Non-GAAP Op. Income (in billions)	\$0.85 - \$0.89 11% - 16% spot ⁽²⁾	\$0.91 18% spot ⁽²⁾
Diluted Non-GAAP EPS	\$1.53 - \$1.59 12% - 16% spot ⁽²⁾	\$1.66 21% spot ⁽²⁾



© 2026 eBay | Business & Financial Highlights Q1'26

All growth rates are spot Y/Y growth rates, unless noted otherwise; All reported results are from continuing operations
Reconciliations of Non-GAAP measures are included in the Appendix of this presentation
⁽¹⁾ Rounded FXN and organic FXN growth rates are consistent for both GMV and revenue
⁽²⁾ Y/Y growth rates for non-GAAP operating income and diluted non-GAAP EPS are based on recast financials reflecting retrospective adoption of ASU 2025-06. Recast amounts can be found in the Appendix of this presentation.

13

Источник:

[eBay Inc. Reports First Quarter 2026 Results](#)



Uber предложит пользователям новые функции

Investor.uber.com, 29.04.2026

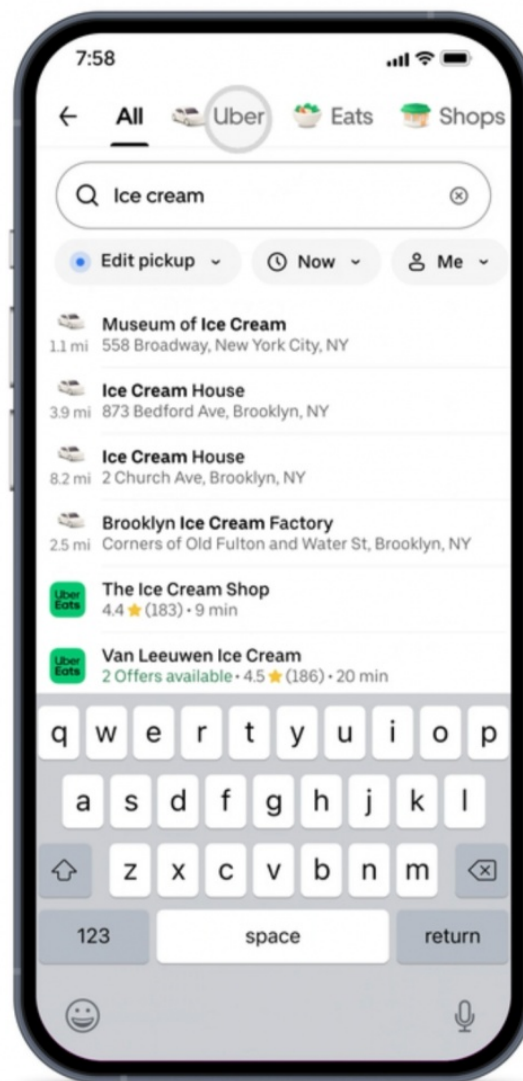
/НОВОСТЬ

Uber Technologies анонсировала новый набор продуктов и функций. Обновления отражают стратегию компании по созданию платформы, которая объединяет большое количество аспектов повседневной жизни в едином простом интерфейсе.

- Отели в Uber — партнерство с Expedia Group позволяет бронировать отели напрямую в приложении Uber.
- Travel Mode — новый функционал в приложениях Uber и Uber Eats, предлагающий тщательно отобранные рекомендации для путешественников.
- Uber One International — по всему миру участники могут зарабатывать баллы Uber One за поездки, пользоваться бесплатной доставкой и другими преимуществами.
- Shop for Me — пользователи могут заказывать товары из любых магазинов, даже из тех, которые не указаны в приложении.
- Eats for the Way — в некоторых городах пассажиры теперь могут забронировать Uber Black или Uber Black SUV, и водитель приедет с напитком или едой.
- Голосовое бронирование — система на основе искусственного интеллекта.
- Единый поиск — обновленная панель Where to? при каждом поиске отображает результаты на всей платформе Uber.

Источник:

[Uber Expands into Travel with Hotel Bookings and New In-App Features](#)



Выручка Etsy составила \$631 млн в I кв. 2026 г.

Investors.etsy.com, 29.04.2026

/новость

В I кв. 2026 года общие продажи (GMS) Etsy составили \$2,5 млрд, при этом продажи маркетплейса выросли на 5,5% год к году.

Компания получила выручку в размере \$631,3 млн: выручка от торговой площадки Etsy выросла на 7,6% в годовом исчислении. Чистая прибыль составила \$105 млн, скорректированный показатель EBITDA — \$185 млн.

15 февраля компания заключила соглашение о продаже Derop компании eBay за \$1,2 млрд. Закрытие сделки ожидается к концу III кв. 2026 года. В июне 2025 года был продан маркетплейс Reverb.

Q1 2026 Key Performance Indicators		GMS
REVENUE	\$631M +7.6% Y/Y Etsy Marketplace growth +3.1% Y/Y Continuing Operations basis	\$2.5B +5.5% Y/Y Etsy Marketplace growth -3.9% Y/Y Continuing Operations basis
NET INCOME	\$105M +\$33 million Y/Y Etsy Marketplace +\$140 million Y/Y Continuing Operations basis	TAKE RATE 25.7%
		ADJ. EBITDA \$185M 29.3% Adj. EBITDA Margin

Etsy Marketplace year-over-year revenue, net income growth, Adj. EBITDA and Adj. EBITDA Margin are non-GAAP financial measures. Reconciliation of non-GAAP financial measures to the most comparable GAAP measures can be found in "Non-GAAP Financial Measures" below.

Источник:

[Etsy, Inc. Reports First Quarter 2026 Results](#)



Розничные онлайн-продажи в Китае увеличились на 8% в I кв. 2026 г.

English.news.cn, 29.04.2026

/новость

Китайский сектор электронной коммерции продемонстрировал стабильный рост в I кв. 2026 года. Согласно данным министерства коммерции, розничные онлайн-продажи товаров и услуг выросли на 8% в годовом исчислении. При этом на онлайн-продажи товаров пришлось 24,8% от общего объема реализации потребительских товаров.

Продажи умных очков и цифровых фотоаппаратов увеличились на 161,9% и 71,5% соответственно по сравнению с прошлым годом, а объем онлайн-бронирования туристических услуг и услуг кейтеринга — на 33,4% и 21,6% соответственно.

Розничные онлайн-продажи сельскохозяйственной продукции в I кв. выросли на 14,7% в годовом исчислении, а объем транзакций в электронной коммерции по основным промышленным товарам увеличился на 10,5%.



Источник:

[China's e-commerce sector logs steady 2026 Q1 growth](#)

ECDB: Продукты питания — быстрорастущая категория e-commerce

Ecdb.com, 27.04.2026

/исследование

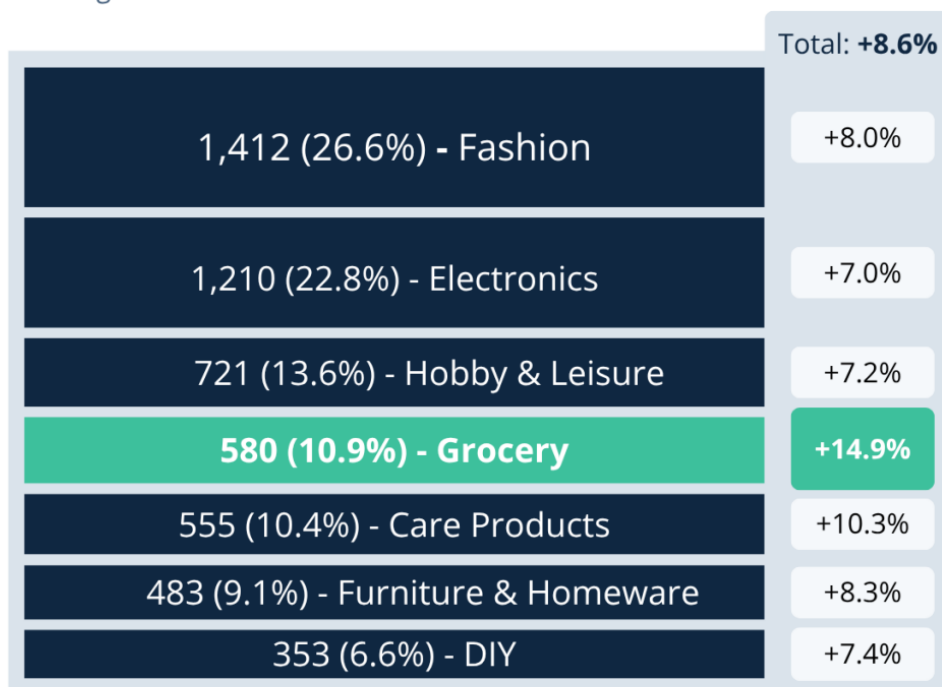
По оценкам ECDB, на долю модной индустрии приходится 26,6% мировой электронной коммерции, на электронику — 22,8%, но продуктовый сектор растет на 14,9% в годовом исчислении в 2026 году. Этот сдвиг обусловлен несколькими факторами:

- Инфраструктура для выполнения заказов достигла такого уровня зрелости, что онлайн-продажа продуктов питания в больших масштабах становится экономически целесообразной.
- С начала пандемии потребительские предпочтения изменились в сторону онлайн-покупок продуктов питания.
- Конкуренция усилилась как среди традиционных розничных продавцов, так и среди игроков, изначально ориентированных на цифровые технологии.
- Макроэкономические факторы подпитывают потребительскую чувствительность к ценам.

Следующая волна e-commerce движется в сторону товаров повседневного спроса. Категории, которые считались сложными, с низкой маржой или трудоемкими для цифровизации, теперь становятся центральными элементами развития онлайн-ритейла.

Grocery Is the Fastest Growing Online Category in 2026

Revenue of e-commerce categories and share, in 2026, in US\$ billion, and growth since 2025



Source: ECDB.

ECDB

Источник:

[Why Grocery Is the Fastest-Growing E-Commerce Category in 2026](#)



Новостной дайджест рынка B2B

Какие события в сферах закупок, B2B-маркетплейсов, логистики и IT-технологий стали самыми заметными в этом месяце?

Новости про рынок B2B, которые каждый месяц нам помогают собрать наши друзья из [Максарт](#)

В РФ ужесточают требования к иностранным маркетплейсам – от иностранных маркетплейсов в России потребуют ограничить долю иностранного участия, а также установят размер минимального уставного капитала. Такие новые требования по локализации игроков рынка предложили ввести правительству в Совете Федерации.

Минфин РФ направил в кабмин пакет законов о поэтапном введении НДС на импорт через маркетплейсы – предлагается ввести НДС на товары электронной торговли с поэтапным повышением ставки до стандартной. В ведомстве поясняют, что это позволит бизнесу адаптироваться к новым правилам.

В Минпромторге заверили, что запрещать скидки на маркетплейсах не планируется – проект национальной модели торговой деятельности в РФ не предполагает введения каких-либо запретов на установление скидок маркетплейсами при условии, что на изменение цены получено согласие продавца, заявил замглавы Минпромторга РФ Роман Чекушов.

Маркетплейсы направили ФАС предложения по скидкам и комиссиям для продавцов – речь идет о выравнивании условий работы для российских и китайских продавцов в части комиссий, управлении ценообразованием продавца и условий формирования скидок за счет маркетплейса.

Каждый пятый продавец на маркетплейсе готов снижать цены на товар, если снизятся комиссии – почти треть продавцов (30%) на маркетплейсах готовы снизить цены на свои товары, если площадка опустит комиссии – хотя бы на 1%. При формировании итоговой стоимости предприниматели учитывают закупочную стоимость, тарифы маркетплейсов, а также расходы на возвраты, зарплаты и другое.

Как бурный рост маркетплейсов угрожает логистическим компаниям – рост оборота маркетплейсов побуждает их развивать собственную логистику, порой посягая на бизнес классических транспортно-экспедиционных компаний. Пока основной приток клиентуры логистике площадок обеспечивают мелкие и средние селлеры с массовым товаром.

Усиление контроля за маркетплейсами сблизит их цены с офлайном – сейчас товары в онлайн в среднем дешевле на 15-30%, однако это преимущество может сократиться в два-три раза. С октября 2026 года платформы начнут ежемесячно передавать в ФНС данные об оборотах продавцов, а также проверять их деятельность и контролировать маркировку.

Рост количества интернет-заказов в 2025 году был минимальным за восемь лет – количество заказов на российском рынке электронной торговли по итогам 2025 года выросло на четверть год к году, до 8,3 млрд. При этом темп роста оказался минимальным за последние восемь лет. Замедление объясняется не только насыщением рынка, но и реакцией потребителей на общее удорожание товаров.

Маркетплейсы дозрели до замедления – эпоха быстрого роста в России маркетплейсов, возможно, остается позади. Уже по итогам этого года темпы увеличения совокупной доли крупнейших онлайн-платформ может оказаться вдвое ниже, чем в прошлые периоды.

Маркетплейсы начали борьбу с программами для обхода блокировок – пользователи из России начали сталкиваться с проблемами при работе с крупными маркетплейсами: сайты либо замедляются, либо не загружают карточки товаров, либо вовсе перестают открываться – в зависимости от выбранной площадки и используемого ПО.



О мониторинге

Данный обзор является частью регулярного мониторинга новостей рынка электронной коммерции, осуществляемого компанией Data Insight.

Наш мониторинг основан на отслеживании в ежедневном режиме более 50 онлайн-источников, таких как:

- Специализированные издания по электронной коммерции
- Ведущие ресурсы, пишущие о новостях бизнеса и финансов
- Тематические разделы ведущих деловых изданий, посвященные интернет-бизнесу и e-commerce
- Сайты исследовательских компаний
- Популярные блоги об электронной торговле

Также для более полного мониторинга новостного потока используются сервисы поиска по новостям и блогам.

В рамках мониторинга мы собираем и выбираем для подписчиков все значимые и интересные новости и исследования о:

- состоянии рынков электронной коммерции разных стран мира и тенденциях их развития
- поведении потребителей, их привычках и процессах принятия решений о покупке
- нововведениях и стратегических решениях крупнейших интернет-магазинов и платежных систем
- новых сервисах, технологиях и решениях, позволяющих улучшить работу интернет-магазинов
- развитию новых сегментов, таких как мобильная коммерция и социальная коммерция
- маркетинговых инструментах, используемых игроками рынка, и конкретных маркетинговых кейсах
- финансовых показателях крупнейших онлайн-ритейлеров

Также в мониторинге большое внимание уделяется освещению новых исследований и статистических данных по рынку e-commerce.

Мониторинг доступен для подписчиков в формате еженедельного обзора (PDF), включающего аннотации всех значимых публикаций за неделю (как правило, около 20 материалов). Выходит утром в среду.



Контакты

По вопросам подписки на мониторинг, а также по любым другим вопросам, связанным с данным мониторингом, пишите на editor@datainsight.ru или звоните +7 (495) 540 59 06.

О компании

Компания Data Insight – первое в России специализированное агентство в области исследований Интернета. Мы предоставляем нашим клиентам аналитику и консалтинговые услуги на рынках электронной торговли и интернет-рекламы.

Исследования DataInsight основаны на активном мониторинге рынка, критическом анализе всего спектра доступных данных и творческом совмещении различных исследовательских методик. Компания предлагает своим клиентам как подробные стандартные отчеты, например Электронная торговля в России, так и разнообразные индивидуальные исследования и консалтинговые услуги.

Сооснователи и партнеры компании – Федор Вирин и Борис Овчинников, стоявшие 15 лет назад у истоков исследований Рунета.