

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2022 / № 40

03 Октября 2022 - 09 Октября 2022

В выпуске:

Россия:

Data Insight. «Онлайн-рынок товаров для хобби и рукоделия» за 2021 год
«Разговоры о логистике»: проект Data Insight и Яндекс Маршрутизации
Data Insight. Экспресс-мониторинг рынка электронной коммерции. 12-25.09.22
СберМаркет запустил доставку из онлайн-гипермаркета Vprok.ru
Яндекс Маркет позволил всем продавцам работать с ресейлом
Авито запускает сервис выкупа смартфонов у частных продавцов
В России проведут эксперимент по онлайн-продаже рецептурных лекарств
Авито проверит обувь и аксессуары на подлинность по фото
Wildberries: в сентябре спрос на автозапчасти в онлайн-сегменте вырос в 23 раза
Сеть «Теремок» запускает собственную доставку
NielsenIQ: доля онлайн-продаж FMCG вернулась к росту
В Яндексе россияне ищут товары чаще, чем в Google

Весь мир:

Lamoda сменит владельца
Amazon отказывается от тестирования робота-курьера Scout
Южнокорейская Naver покупает Poshmark за \$1,2 млрд
Deliveroo запустил даркстор с возможностью заказа на месте
60% топ-маркетплейсов в мире — универсальные
Крупнейший интернет-магазин Великобритании — amazon.co.uk
50% интернет-пользователей в Латинской Америке делают онлайн-покупки
66% потребителей наиболее довольны гибридной формой шопинга
Волна сокращений персонала прошла по сфере e-commerce в 2022 г.

Кейс:

Количество продавцов на СберМегаМаркете выросло в 2,5 раза

Подкасты о e-commerce



Россия:

Data Insight. «Онлайн-рынок товаров для хобби и рукоделия» за 2021 год

Datainsight.ru, 05.10.2022

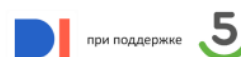
/новость

Data Insight при поддержке **5Post** выпустили исследование «Онлайн-рынок товаров для хобби и рукоделия» за 2021 год.

Скачать исследование: [Онлайн-рынок товаров для хобби и рукоделия 2021](#) (pdf 4,8 Мб)

Ключевые тезисы:

- За 2021 год было оформлено 33,4 млн онлайн-заказов товаров для хобби и рукоделия на сумму 32,6 млрд рублей.
- Средний чек составил 980 рублей.
- В 2021 году выручка интернет-магазинов товаров для хобби и рукоделия увеличилась на 101% по сравнению с 2020 годом.
- Конверсия сектора составила 2,8%.



Объем онлайн-рынка товаров для хобби и рукоделия



Источник:

[«Онлайн-рынок товаров для хобби и рукоделия» за 2021 год](#)

«Разговоры о логистике»: проект Data Insight и Яндекс Маршрутизации

Datainsight.ru, 04.10.2022

/новость

«Разговоры о логистике» — совместный проект Data Insight и Яндекс Маршрутизации. Это серия интервью с ключевыми экспертами рынка — директорами по логистике и руководителями служб доставки крупных интернет-магазинов. В рамках проекта Data Insight проведет десять интервью.

Приглашенный эксперт девятого выпуска — **Андрей Поляков, директор по логистике в компании Ситилинк.**

Андрей поделился подробностями устройства логистической системы и организации «последней мили» в Ситилинке, а также оценил перспективы рынка в стремительно меняющихся условиях, и объяснил, как за этот год трансформировались приоритеты в подходах к автоматизации логистических процессов.

Полное интервью с Андреем Поляковым

Источник:

«Разговоры о логистике»: Совместный проект Data Insight и Яндекс Маршрутизации



Data Insight. Экспресс-мониторинг рынка электронной коммерции. 12-25.09.22

Datainsight.ru, 03.10.2022

/новость

Data Insight анонсирует выпуск [экспресс-мониторинга](#) рынка электронной коммерции за 12-25 сентября 2022 года.



Экспресс-мониторинг рынка электронной коммерции

Выпуск 16_2022: 12 – 25 сентября
2022



Ключевые результаты 21-22 недель мониторинга

Зоотовары

- На фоне снижения посещаемости и роста количества заказов в профильных магазинах зоотоваров, конверсия поднялась на 3 п.п. до 17,8%. Это самый высокий показатель с первой недели августа (недели 1–7 августа).
- Несмотря на то, что обе отчётные недели на крупнейших универсальных маркетплейсах количество SKU влажных кормов росло быстрее сухих (на 1–2%), по отношению к марту сухие корма выросли гораздо сильнее влажных. Так, если рост влажных кормов в зависимости от категории составил 150–200%, то рост количества SKU сухих (как для кошек, так и для собак) составил более 400%.
- Из всех товаров сильнее всего выросли цены на корма для кошек. Так, средняя цена сухого корма для кошек Whiskas выросла более, чем на 10% по отношению к предыдущему отчётному периоду.

Товары для детей

- Сентябрь стал более удачным месяцем для детских товаров, чем август. Количество заказов в сентябре снижалось только единожды. Показатель динамики роста заказов на неделе 12-18 сентября четвёртый раз за всё время проведения мониторинга превысил 15% к предыдущей неделе.
- За обе недели отчётного периода не было отмечено резких колебаний доступности, как в прошлых отчётах. Сильнее всего изменились цены на детское пюре.



Косметика

- В сегменте косметики посещаемость снижается на протяжении четырёх последних недель. На протяжении двух отчётных недель (12–25 сентября 2022) количество заказов только растёт. При этом стоит отметить, что последний раз рост заказов на протяжении двух недель подряд был зафиксирован ещё в мае. Конверсия также выросла — на неделе 19-25 сентября второй раз за всё время проведения мониторинга она поднялась выше 9%.
- Средняя цена сегмента косметики значительно снизилась. Так, 12 сентября средняя стоимость сектора составила 1064 рубля, а 26 сентября — 961 рубль.

Бытовая техника и электроника

- Посещаемость ни разу не выросла за последние пять недель. При этом за отчётный период количество заказов на протяжении двух недель впервые с конца июля. Конверсия крупнейших магазинов бытовой техники и электроники на второй отчётной неделе стала максимальной для сегмента с недели 30 мая–5 июня.
- На второй отчётной неделе в категории холодильников наблюдается рекордный для данного периода показатель изменения доступности к предыдущему дню — последний раз такие высокие темпы роста фиксировались ещё в конце марта. Цены на большинство KVI-товаров, участвующих в мониторинге, повысились, но незначительно (в пределах 5%).

Источник:

[Экспресс-мониторинг рынка электронной коммерции. 12 — 25 сентября 2022](#)



СберМаркет запустил доставку из онлайн-гипермаркета Vprok.ru

Vk.com, 07.10.2022 09:43:00

/новость

В СберМаркете появилась доставка из онлайн-гипермаркета Vprok.ru. Услуга уже доступна жителям Москвы, а позже появится в Санкт-Петербурге. Заказы будут собирать сотрудники Vprok в дарксторах компании.

Оформить заказ можно на сайте или в приложении СберМаркета, выбрав удобный интервал доставки. Покупателям доступны более 60 000 позиций онлайн-гипермаркета, включая продукцию собственных торговых марок.

Плановая доставка — важное направление бизнеса для СберМаркета, на нее приходится более 70% заказов в сервисе.



Источник:

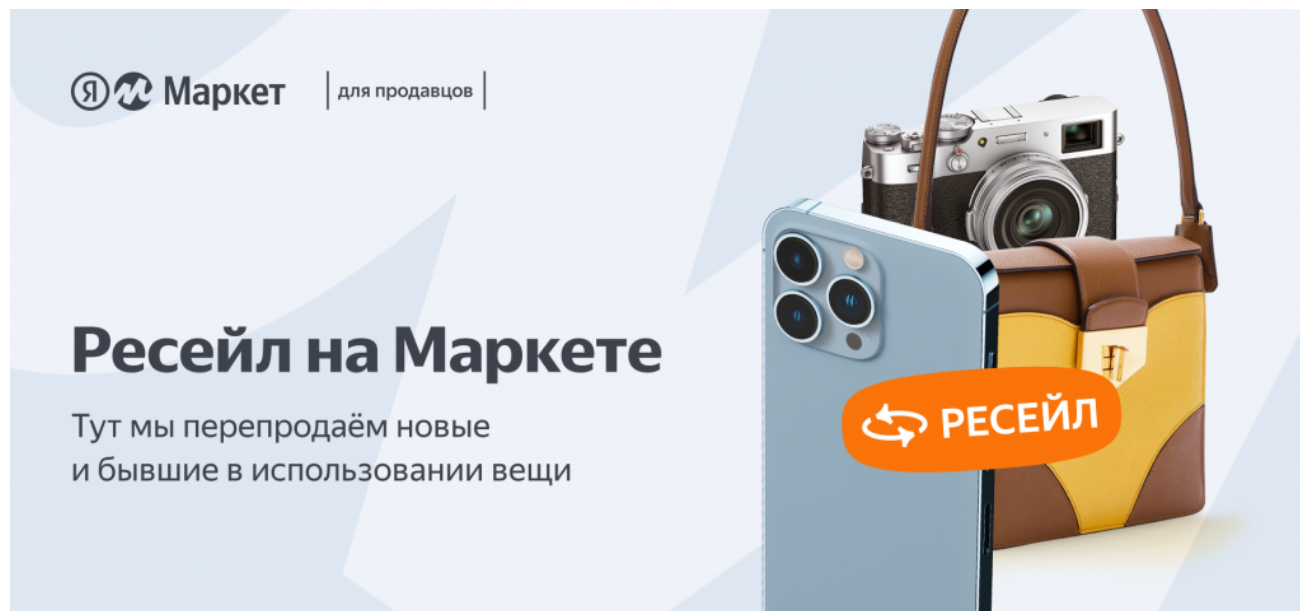
[СберМаркет запустил доставку из Vprok.ru](#)

Яндекс Маркет позволил всем продавцам работать с ресейлом

Market.yandex.ru, 06.10.2022

/новость

Любой продавец теперь может продавать на Яндекс Маркете бывшие в употреблении и уцененные товары в большинстве категорий. Все они попадают в раздел [Ресейл](#).



С 17 октября продавать ресейл-товары смогут все магазины, работающие по модели FBS, Экспресс или DBS. По FBY пока можно будет продавать поддержанную одежду и аксессуары, но площадка обещает расширить число категорий.

Перед началом работы с ресейлом все продавцы проходят проверку службы качества.

Источник:

[Запускаем ресейл: продавайте поддержанные и уценённые товары на Маркете](#)

Авито запускает сервис выкупа смартфонов у частных продавцов


Avito.ru, 05.10.2022

/новость



После подачи объявления о продаже смартфона пользователь получит от Авито предложение о выкупе устройства. Проверку и диагностику телефона, а также ремонт и устранение дефектов при их наличии производит партнер Авито.


Выкупленные смартфоны появятся на Авито с отчетами о диагностике. На устройства будет действовать гарантия от трех месяцев до одного года. Определить такой смартфон в выдаче можно будет по специальному бейджу «Авито Гарантия».

В сентябре продажи смартфонов на Авито выросли на 35% по сравнению с прошлым годом.



Активно





1/3

Выкупим за 27 000 ₽
Цена не изменится, если данные телефона указаны верно.

Что дальше
Нужно отнести в сервисный центр или передать телефон курьеру. Если передумаете продавать, ни за что платить не придется.

Курьер или сервисный центр
Выберите, как передать телефон

>

Выберите дату

Сегодня

Завтра

Другая


Выберите время

10:00 — 13:00


13:00 — 16:00

16:00 — 20:00

Проверенный партнёр Авито может выкупить смартфон за 15 000 — 20 000 ₽
Оценка предварительная — рассчитайте точную стоимость онлайн.
[Как это работает](#)



Продажа в течение суток
Вы получите деньги на карту без торга и общения с пользователями.



Всё бесплатно
С вас не возьмут денег за выезд представителя партнёра и оценку телефона.

Рассчитать стоимость

Источник:

[Авито запускает программу выкупа смартфонов у частных продавцов](#)

В России проведут эксперимент по онлайн-продаже рецептурных лекарств

Duma.gov.ru, 04.10.2022 12:42:00

/новость

Госдума приняла во втором и третьем чтениях [поправки](#) в Федеральный закон «Об обращении лекарственных средств». В Москве, Белгородской и Московской областях с 1 марта 2023 года до 1 марта 2026 года пройдет эксперимент по дистанционной продаже рецептурных лекарств.

Перечень доступных для онлайн-торговли лекарств утверждает Министерство здравоохранения РФ. Невозможна дистанционная продажа препаратов, содержащих наркотические, психотропные или сильнодействующие вещества.

Аптечные организации обязаны будут обеспечить идентификацию личности гражданина, которому оформлен рецепт, с личностью гражданина, которому доставят лекарство.

Источник:

[Рецептурные лекарства можно будет купить дистанционно](#)



Авито проверит обувь и аксессуары на подлинность по фото

Avito.ru, 04.10.2022

/новость

Авито запускает сервис для определения подлинности брендовой обуви и аксессуаров, выставленных на продажу. Профессиональные эксперты будут оценивать товар по фотографиям, которые предоставит продавец.

Каждый товар проверяет 2-4 опытных аутентификатора от партнера Авито. После успешного прохождения проверки объявление получит специальный бейдж «Оригинал».

Система автоматически определяет возможность аутентификации товара, после чего продавец получает уведомление с описанием условий проверки. В период запуска услуга будет бесплатной, в дальнейшем стоимость проверки обуви составит 349 руб., сумок — 499 руб.

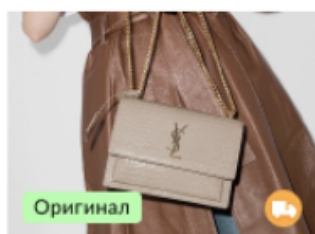
Одежда, обувь и аксессуары ×

Продавцы от ★4

Состояние ▾

Цвет ▾

С дс

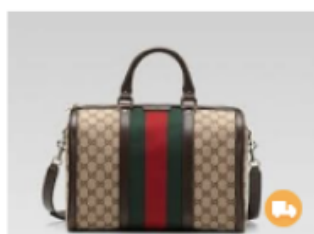


Оригинал

Saint Laurent,
сумка Sunset с ти...

98 000 ₽

Белорусская, 200 м
Сегодня, 09:29



Сумка Gucci
Ophidia

124 000 ₽

Белорусская, 200 м
Сегодня, 09:29



Сумка Chloe,
оригинал

84 700 ₽

Белорусская, 200 м
Сегодня, 09:29

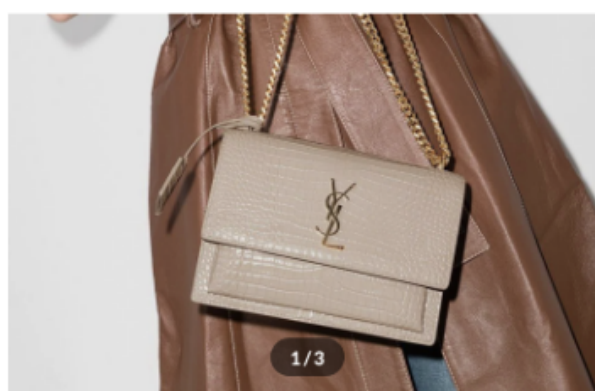


Оригинал

Сумка Chanel
стёганная

94 000 ₽

Белорусская, 200 м
Сегодня, 09:29



1/3

352 +45 3

Статистика

Поднять просмотры

Снять с публикации

Saint Laurent, сумка Sunset
с тиснением под крокодила
120 000 ₽



Оригинал

Эксперты проверили товар по фото

Белорусская 200 м

Москва, Лесная ул., 7 >

Источник:

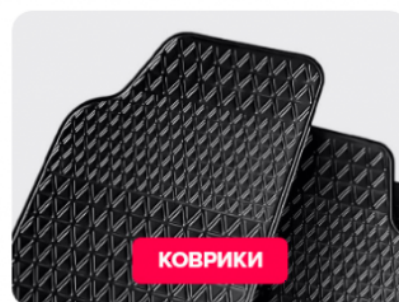
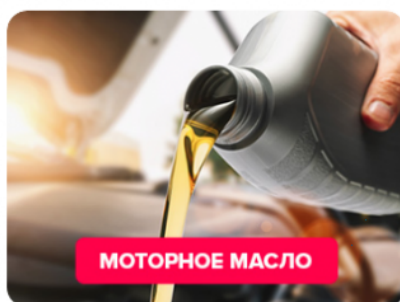
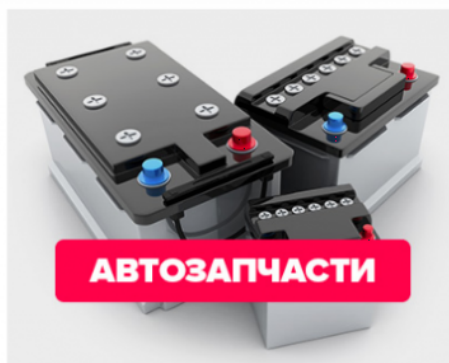
Авито запускает сервис по проверке обуви и аксессуаров на подлинность

Wildberries: в сентябре спрос на автозапчасти в онлайн-сегменте вырос в 23 раза

Wildberries.ru, 03.10.2022

/НОВОСТЬ

Россияне в сентябре 2022 года купили на Wildberries на 111% больше автотоваров, чем годом ранее. Спрос на автомобильные запчасти вырос почти в 23 раза, сообщает пресс-служба компании.



В сентябре россияне чаще всего искали запчасти для отечественных автомобилей — ВАЗ и Lada, детали для иномарок массового сегмента — Renault Logan и Duster, а также Hyundai Solaris, Kia Rio.

Наиболее динамично за последний месяц растет интерес к автопродукции из Канады, Дании (рост продаж в штуках в 17 раз год к году), Турции (в 14 раз), Чехии (в 10 раз) и Узбекистана (в 9 раз).

Источник:

[Пресс-служба Wildberries](#)

Сеть «Теремок» запускает собственную доставку

Kommersant.ru, 03.10.2022 01:08:00

/новость

Сеть «Теремок» запускает собственный сервис доставки — пока из 9-ти заведений в Москве, к концу 2022 года планируется распространить ее на все столичные заведения, а к весне 2023 года — на точки в Петербурге и Краснодаре. Всего в систему собственной доставки должны войти 322 заведения. К сервису будут привлечены курьеры Яндекс Доставки, сообщает [«Коммерсантъ»](#).

По подсчетам Tinkoff Data, число заказов на доставку из заведений общепита в Москве в январе—сентябре 2022 года снизилось на 31% год к году, а совокупные траты — на 25%.

Количество транзакций и совокупные траты москвичей в Яндекс Еде снизились на 59% и 46%, в Delivery Club — на 17% и 19%.

Теремок
Вкусно.

В «Infoline-Аналитике» рассчитывают, что совокупная емкость рынка доставки готовой еды из ресторанов с учетом самовывоза и продуктов из торговых сетей в 2022 году вырастет не менее чем на 40%, до 1,2 трлн руб. При этом доля доставки из ресторанов снизится с 56% до 47% из-за серьезного роста рынка доставки из торговых сетей.

Источник:

[Блины без агрегаторов](#)

NielsenIQ: доля онлайн-продаж FMCG вернулась к росту

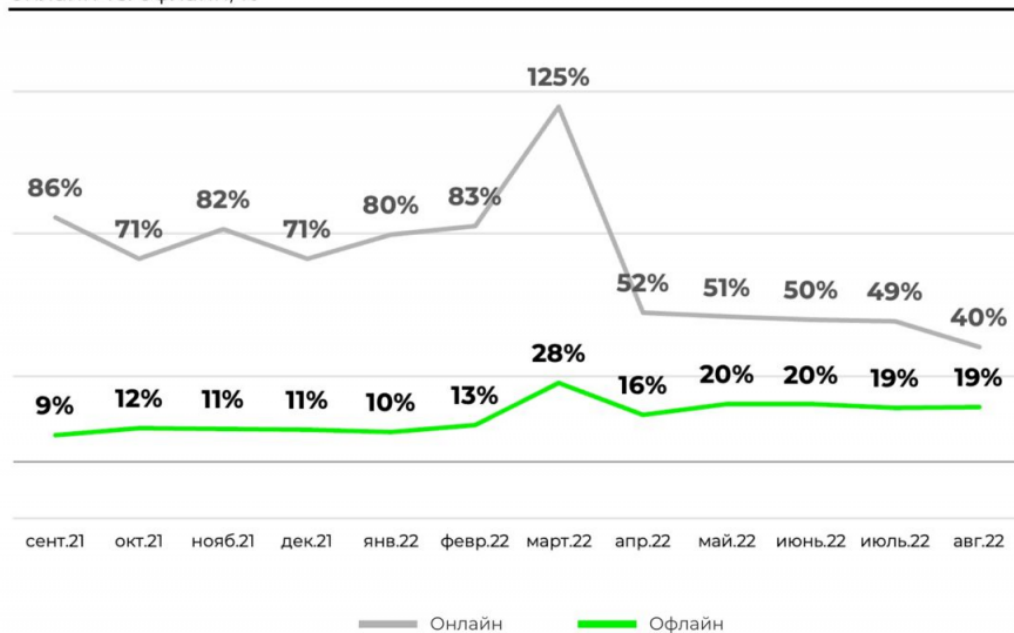
Т.me, 07.10.2022 14:04:00

/исследование

По оценкам NielsenIQ, за 12 месяцев по август 2022 года доля онлайн-продаж составила 6,5% от общего рынка FMCG в денежном выражении, вернувшись к росту на последних неделях лета. В апреле этот же показатель был на уровне 6,2%.

Рост онлайн-FMCG в России замедлился в августе 2022 года

Динамика темпов роста денежных продаж FMCG
онлайн vs. офлайн, %



Telegram: t.me/nielsenrussia | Источник: онлайн и офлайн ритейл-аудит NielsenIQ, 2021 и 2022

Динамика продаж стабилизировалась после всплеска в марте. Август стал наиболее слабым месяцем года по темпам роста онлайн-рынка FMCG.

Среди крупнейших категорий динамика онлайн-продаж по-прежнему в разы превышает офлайн. Самые высокие темпы роста денежных продаж — у непродуктовых категорий.

По итогам июля 2022 года 79% товаров FMCG продавались онлайн со скидками (годом ранее — 71%).

Источник:

[Как обстоят дела на рынке онлайн-торговли FMCG?](#)



В Яндексе россияне ищут товары чаще, чем в Google

Ashmanov.com, 07.10.2022

/исследование

Согласно исследованию «Ашманов и партнеры», 55% российских онлайн-покупателей ищут товары и информацию о них в интернете перед каждой покупкой, 41% — время от времени. При этом 98% покупателей обращаются к поисковым системам.

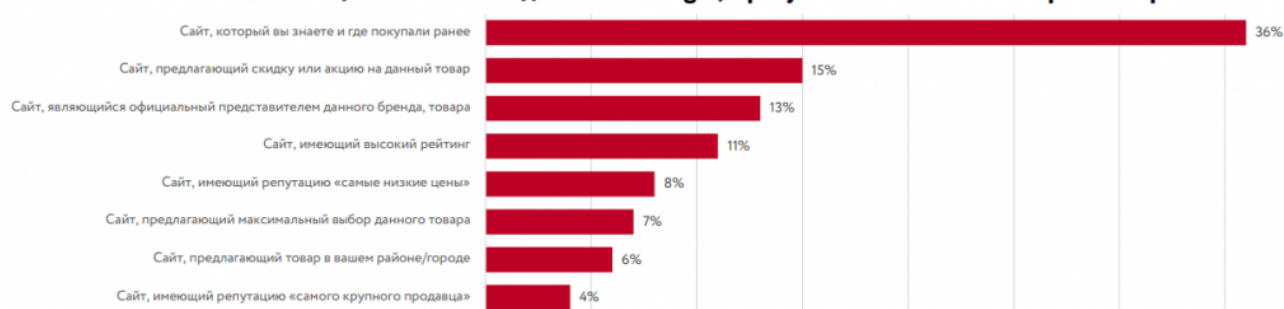
В Яндексе товары ищут в 1,7 раза чаще, чем в Google. 54% онлайн-покупателей используют только Яндекс, а 22% — только Google, еще 22% — обе поисковые системы.

Больше всего Яндекс востребован в возрастной группе 41–60 лет — 82% опрошенных. Среди тех, кто использует только Google, 36% моложе 30-ти лет.

Покупатели обращаются к поисковым системам чаще всего, чтобы найти скидки (23%), изучить товар перед первой покупкой (20%), сравнить товары между собой (18%).

В поисковой выдаче пользователи скорее кликнут на знакомый сайт, где покупали ранее (36%), чем на сайт, предлагающий акции и скидки (15%).

Если вы ищете в поиске Яндекса или Google, в результатах поиска вы скорее выберете:



Источник:

[ПУТЬ ОНЛАЙН-ПОКУПАТЕЛЯ: Роль поисковых систем в процессе поиска и изучения товаров перед покупкой](#)

Весь мир:

Lamoda сменит владельца

Ir.global-fashion-group.com, 07.10.2022

/новость

Global Fashion Group (GFG) продает свой бизнес Lamoda с операциями в России, Казахстане и Беларуси инвестору в сфере fashion-ритейла Якову Панченко.

Соглашение зависит от определенных условий, включая одобрение регулирующих органов. Ожидается, что сделка будет закрыта в ближайшие месяцы.

GFG ожидает выручку в размере около €100 млн в дополнение к стоимости денежных средств, хранящихся в бизнесе Lamoda по состоянию на 30 сентября 2022 года, сказано в сообщении.



Источник:

GLOBAL FASHION GROUP S.A.: GFG AGREES TO SELL CIS BUSINESS LAMODA

Amazon отказывается от тестирования робота-курьера Scout

Financialpost.com, 06.10.2022

/новость

Amazon прекратит тестирование своего автоматизированного робота-доставщика Amazon Scout. Американский ритейлер понял, что программа не полностью отвечает потребностям его клиентов. Компания свернет или «переориентирует» программу, но не отказывается от проекта полностью.

Amazon начал тестировать Scout в штате Вашингтон в 2019 году, а затем в Южной Калифорнии, Джорджии и Теннесси.



Источник:

[Amazon abandons live tests of Scout home delivery robot](#)

Южнокорейская Naver покупает Poshmark за \$1,2 млрд

Investors.poshmark.com, 03.10.2022

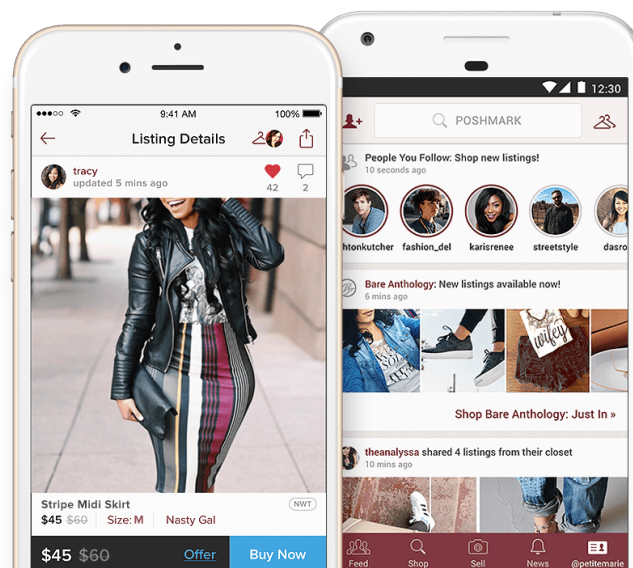
/новость

Крупнейшая интернет-компания Южной Кореи Naver приобретает американский маркетплейс секонд-хенда Poshmark почти за \$1,2 млрд. Naver заплатит за каждую акцию платформы \$17,90 наличными. Закрытие сделки запланировано к I кварталу 2023 года.

В результате будет создан глобальный игрок в области онлайн-перепродажи модных вещей. Компании ожидают, что сделка принесет значительную синергию доходов и затрат, в том числе повторное ускорение роста годовой выручки более чем на 20% в ближайшей перспективе.

Naver управляет поисковой системой №1 в Южной Корее и e-commerce платформой, а также является поставщиком финтех-услуг, цифрового контента и облачных сервисов.

Poshmark — социальный маркетплейс для продажи новых и подержанных вещей. Сообщество насчитывает более 80 млн пользователей в США, Канаде, Австралии и Индии.



Источник:

[Naver to Acquire Poshmark](#)

Deliveroo запустил даркстор с возможностью заказа на месте

Techcrunch.com, 03.10.2022 02:35:00

/новость

Британский сервис доставки Deliveroo открыл в Лондоне даркстор нового типа под названием Deliveroo HOP. Он работает не только как мини-склад, где собирают заказы для доставки, но и как пункт выдачи покупок для пользователей приложения.



Кроме того, через цифровой киоск заказ можно оформить на месте и подождать несколько минут, пока его соберут. Покупателям предлагают более 1750 продуктов из ассортимента супермаркетов Morrisons. При этом у клиентов нет доступа к полкам с товарами.

Дарксторы в городах по всей Европе сталкиваются с недовольством местных жителей, которые жалуются на шум, выбросы и пробки. Концепция дарксторов также меняет облик улиц, заменяя интересные магазины и пространства складами с пустыми фасадами.

Источник:

[Deliveroo tweaks 'dark store' model to let grocery shoppers in the door](#)

60% топ-маркетплейсов в мире — универсальные

Webretailer.com, 09.10.2022

/исследование

Согласно исследованию The World's Top Online Marketplaces 2022, самыми посещаемыми маркетплейсами в мире являются Amazon и eBay — только они преодолели отметку в 1 млрд посещений в месяц. Но Shopee, Mercado Libre, Rakuten, Walmart и AliExpress также очень популярны: около 500 млн посещений в месяц у каждого.

Список топ-маркетплейсов включает 151 площадку. 60% из них — универсальные маркетплейсы с широким ассортиментом товаров. Fashion-маркетплейсы занимают второе место. В топ-20 они представлены Zalando, который по сравнению с 2020 годом поднялся с 20 на 18-е место, улучшив общий трафик более чем на 20%. Большинство таких маркетплейсов ориентированы на США, Европу, Латинскую Америку или весь мир.

Далее следует категория «Искусство, ремесла и подарки», в основном ее представляет Etsy. Электроника, товары для дома и книги в предыдущие годы занимали место выше, но взрывной рост Etsy, начавшийся в 2020 году, переместил вместе с ним всю категорию.

Из топ-20 маркетплейсов лишь два специализируются на конкретной категории — Etsy и Zalando. В топ-20 наблюдается разделение 40/60 между площадками, которые сами являются ритейлерами, и чистыми маркетплейсами. Самый известный ритейлер с собственным маркетплейсом — Amazon, где более 50% продаж осуществляется сторонними продавцами.

В топ-20 представлены 5 глобальных площадок (Amazon, eBay, Rakuten, AliExpress, Etsy), а также маркетплейсы из Латинской Америки, Китая, Северной Америки, Юго-Восточной Азии, Индии, Европы. В двадчатку попали две российские площадки: Wildberries (10 место) и Ozon (16 место).

Потребители из Северной Америки генерируют больше всего трафика на маркетплейсах: 5,4 млрд посещений в месяц и 48 площадок, каждую из которых посещают 1 млн или более раз. Далее следует Европа, в которой самое большое количество различных торговых площадок: 57 из них посетили более 1 млн человек в месяц, а в общей сложности их посетили более 3,8 млрд покупателей.

Источник:

[The World's Top Online Marketplaces 2022](#)

The world's top online marketplaces

#	Type	Name	Region/Country	Product Category	Visits/month
1		Amazon	Global	General	5.69B
2		eBay	Global	General	2.98B
3		Shopee	Southeast Asia	General	631.19M
4		Rakuten	Global	General	590.84M
5		AliExpress	Global	General	526.4M
6		Walmart	North America	General	514.03M
7		Mercado Libre	Latin America	General	446.97M
8		Etsy	Global	Arts, Crafts & Gifts	397.5M
9		Taobao	China	General	333.14M
10		Wildberries	Russia	General	279.8M
11		Pinduoduo	China	General	263.3M
12		Trendyol	Turkey	General	222.7M
13		Target	USA, Australia	General	206.5M
14		Flipkart	India	General	202.4M
15		Allegro	Poland	General	201.45M
16		Ozon	Russia	General	196.8M
17		JD.com	China	General	186.7M
18		Zalando	Europe	Fashion	170M
19		Tokopedia	Indonesia	General	163.8M
20		Lazada	Southeast Asia	General	144.22M



Крупнейший интернет-магазин Великобритании — amazon.co.uk

EcommerceDB.com, 07.10.2022

/исследование

По подсчетам ecommerceDB, amazon.co.uk остался №1 в рейтинге крупнейших интернет-магазинов Великобритании по общему объему чистых продаж в 2021 году — £12,4 млрд (+5% год к году).

Второе место занимает tesco.com с чистым объемом продаж £5,56 млрд (-6% по сравнению с 2020 годом). На третьем месте — sainsbury.co.uk, который увеличил чистую выручку на 17% до £5,49 млрд.

Next.co.uk зафиксировал самый сильный рост в топ-10 — 28%.

Великобритания — один из крупнейших в мире рынков e-commerce. По прогнозам, его объем в 2022 году достигнет £149,2 млрд. Совокупный среднегодовой темп роста выручки в 2022–2025 гг. составит 10,5%, а объем рынка к 2025 году — £201,3 млрд.

Top 10 UK online stores in 2021

eCommerce net sales generated in the UK in billion GBP in 2021



Source: ecommerceDB, as of September 2022

ecommerceDB

Источник:

Top 10 online stores in the United Kingdom in 2021

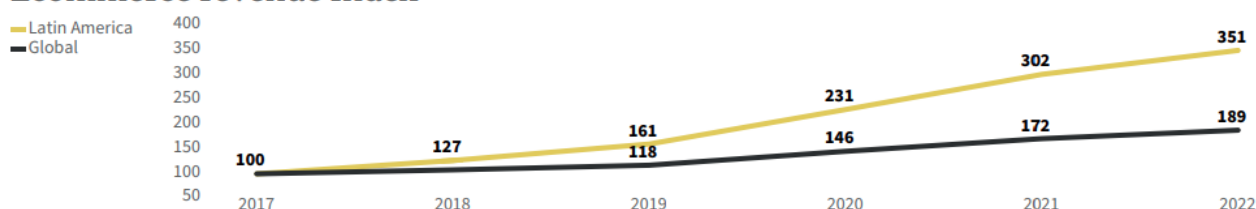
50% интернет-пользователей в Латинской Америке делают онлайн-покупки

Retailx.net, 06.10.2022

/исследование

В Латинской Америке 79% потребителей имеют доступ к интернету, 50% из них совершают онлайн-покупки (в 2017 году — 33%). Индекс роста выручки от e-commerce в регионе опережает среднемировой уровень. Ожидается, что рост продолжится, и к 2024 году темпы составят от 21% в Колумбии до 42% в Перу.

Ecommerce revenue Index



Index 2017=100. The Latin America figures are an aggregate of the eight countries profiled in this report
Source: Statista

© RetailX 2022

Самый сильный рост наблюдается в Бразилии, где выручка от онлайн-продаж выросла на \$8,1 млрд в 2022 году по сравнению с предыдущим годом. Это также крупнейший рынок с точки зрения продаж — \$49,2 млрд. Рынок Мексики, который демонстрировал исключительный рост во время пандемии, вырос на \$6,2 млрд до \$46,5 млрд в 2022 году. Другие рынки ранжируются по размеру от Аргентины (\$11,3 млрд), Колумбии (\$10,6 млрд), Чили (\$9,9 млрд), Перу, (\$9,7 млрд), до крошечных по сравнению с ними рынков Коста-Рики (\$1,8 млрд) и Панамы (\$1,7 млрд).

При этом самая высокая доля интернет-покупателей среди стран Латинской Америки — в Чили (62%), а самая низкая — в Мексике и Перу (по 44%). Наибольшая доля веб-трафика латиноамериканских ритейлеров приходится на Бразилию — 84%.

Электроника — наиболее прибыльный сектор электронной коммерции в каждой из восьми латиноамериканских стран, включенных в исследование. Но размер продаж резко варьируется от \$20 млрд в Бразилии до \$495 млн в Панаме. Продажи модной одежды также высоки: они занимают второе место в Бразилии, Мексике, Колумбии, Коста-Рике и Панаме и третье место в Аргентине и Чили. Выручка от категории варьируется от \$8,9 млрд в Бразилии до \$310 млн в Коста-Рике. Продажи мебели занимают также первое место в Аргентине, как и электроника, с объемом продаж \$3,1 млрд.

Источник:

[Latin America 2022](#)

66% потребителей наиболее довольны гибридной формой шопинга

Bazaarvoice.com, 05.10.2022

/исследование

Онлайн-шопингом наиболее довольны лишь 8% покупателей, обычными магазинами — 25%, а 66% потребителей наиболее довольны гибридной формой покупок — онлайн плюс офлайн, выяснили аналитики Bazaarvoice, опросив 6000 потребителей по всему миру.

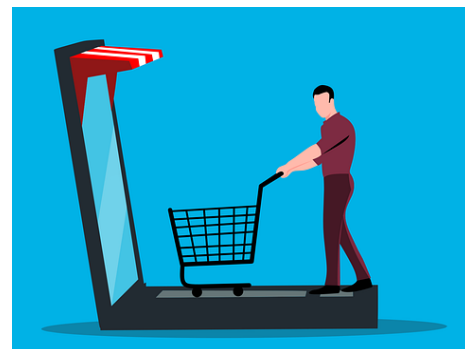
Люди в возрасте 25-34 лет предпочитают гибридные способы покупки (75%), в возрасте 65+ — покупки в магазине (37%), 18-24 лет — онлайн-шопинг (12%).

При покупке как в интернете (79%), так и в магазине (59%) пользователи ищут информацию о товаре онлайн. 7 из 10 любимых источников относятся к пользовательскому контенту: рейтинги, письменные обзоры от покупателей, обзоры от экспертов, вопросы и ответы, рекомендации друзей/родных, фотографии, визуальные обзоры.

Почти 2/3 покупателей используют свои смартфоны в магазинах: чтобы сравнить цены (69%), просмотреть отзывы (60%), советы друзей/родных (33%), демонстрацию товара (30%).

Источник:

[Bazaarvoice 2022 State of Omnichannel Shopping: 70% of shoppers use phone in-store to research before buying](#)



Волна сокращений персонала прошла по сфере e-commerce в 2022 г.

EcommerceDB.com, 03.10.2022

/исследование

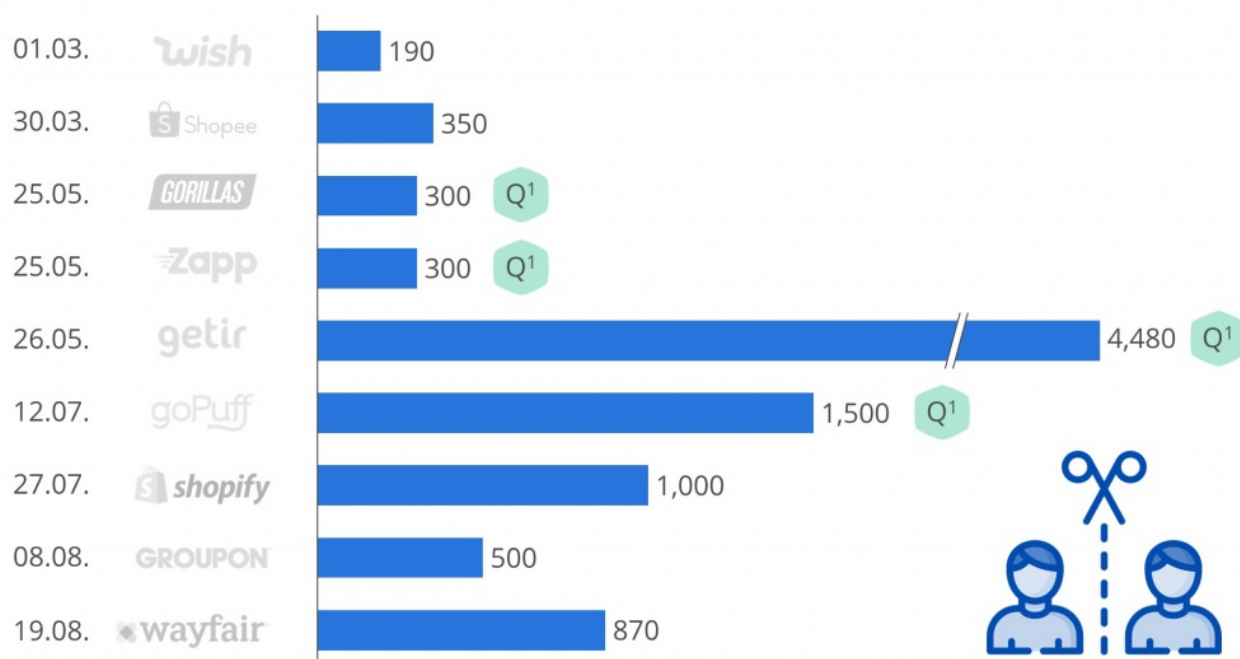
В период с 2019 по 2021 год в ответ на растущий интерес к онлайн-шопингу Amazon увеличил численность сотрудников во всем мире на 102% до 1,6 млн человек. Аргентинская MercadoLibre утроила штат — с 10 000 до 30 000 человек.

По данным ecommerceDB, Alibaba за 2019—2021 гг. увеличила количество сотрудников на 146%, JD.com — на 69%, Rakuten — на 40%, Shopify — в 2 раза.

Однако в 2022 году последовала волна сокращений персонала, особенно в быстро развивающейся индустрии q-commerce. Getir и goPuff к середине 2022 года уволили 4480 и 1500 сотрудников соответственно. Причиной стали большие убытки и уменьшение инвестиций. Shopify сократил 1000 сотрудников, Wayfair — 870.

2022 has seen layoffs in eCommerce – especially in q-commerce

Selected worldwide layoffs of eCommerce companies in 2022



CC BY ND 1: Q-commerce company
Sources: Company information; Reuters

ecommerceDB

Источник:

[Amazon doubled workforce during pandemic](#)

Кейс:

Количество продавцов на СберМегаМаркете выросло в 2,5 раза

Retail.ru, 04.10.2022 13:58:00

/кейс

Число подключений продавцов к СберМегаМаркету в третьем квартале 2022 года выросло в 2,5 раза по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Ассортимент удвоился и достиг 10 млн SKU.

Наиболее заинтересованы в выходе на СберМегаМаркет предприниматели из Москвы и Московской области, Санкт-Петербурга, Свердловской и Новосибирской областей, Краснодарского края. Значительный прирост подключений к маркетплейсу наблюдается у продавцов из Кемеровской области (количество активаций увеличилось в 14 раз), Новосибирской области (в 13 раз), Республики Башкортостан (в 12,3 раза), Ростовской (в 11,6 раз) и Калужской (в 10,5 раз) областей.



На рост активности и интереса продавцов к маркетплейсу повлияла его экспансия в регионы. Сейчас в Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Новосибирске и Ростове-на-Дону действуют крупные фулфилмент-центры, открыто несколько десятков пунктов приема товаров.

Ключевым драйвером подключений также является запуск в сентябре проекта по доставке товаров от региональных продавцов во все города присутствия маркетплейса, который сейчас активно масштабируется. За три недели с момента старта по этой модели доставлено уже около 1 млн заказов, а общее количество посетителей сайта в сентябре превысило 22 млн.

В ассортименте маркетплейса в 4 раза увеличилось количество товаров длительного пользования, в 3,5 раза — бытовой техники и электроники, в 3 раза прирос сегмент fashion (одежда, обувь, аксессуары), а FMCG (продукты, детские товары, красота и здоровье, зоотовары и пр.) демонстрирует усиление в 2 раза.

Предприниматели чаще подключаются по схеме FBS («Витрина + Доставка»), но доля снизилась с 89% в третьем квартале 2021 года до 53% в 2022 году. Доля гибридных схем сотрудничества увеличилась с 0,3% до 4%.

Источник:

«СберМегаМаркет»: количество подключений продавцов к площадке выросло в 2,5 раза

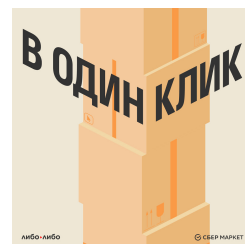


Подкасты о e-commerce

В один клик

Вид сверху. Обсуждаем настоящее и будущее российского ритейла

В этом выпуске Лена Иванова (СберМаркет) и Федор Вирин (Data Insight) говорят с Ларисой Романовской, которая сначала занималась е-комом во «ВкусВилле», а потом ушла в X5. Почему конкуренция важна, зачем уходить из «бирюзовой» компании и почему честнее оставлять плату за доставку — слушайте в эпизоде. В третьем сезоне подкаста «В один клик» говорим о том, как продавать товары и услуги в интернете, а еще о том, как живет и адаптируется к меняющимся условиям электронная коммерция.



Это подкаст СберМаркета, Data Insight и студии Либо/Либо

Прослушать: [Podcast.ru](https://podcast.ru)

У курьера есть подкаст

Оптимизируйся и не уйди. Nuself и СДЭК

Ведущий: Матвей Гулин

Гости: Кирилл Коптев, директор по логистике Nuself; Олег Коробкин, операционный директор СДЭК

Как оптимизировать расходы на штат, складские помещения, комплектующие и упаковочные материалы? Почему отдавать некоторые задачи на аутсорс безопасно и удобно? Почему оптимизация процессов чаще всего происходит в условиях кризиса? И какой же будет фешн-логистика через 5 лет?



Прослушать: [Mave](https://mave.ru)

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
- развитии 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.