

# РЫНОК ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ

## Новостной мониторинг

Выпуск 2023 / № 21

22 Мая 2023 - 28 Мая 2023

### В выпуске:

#### Россия:

- Чистая прибыль Ozon достигла 10,7 млрд руб. по итогам I кв. 2023 г.
- Оборот СберМаркета составил 33,5 млрд руб. за I кв. 2023 г.
- Ozon запускает в Подмосковье новый фулфилмент-центр
- Авто тестирует тариф «Грузовой» от Яндекс Доставки
- Wildberries узнал, как предприниматели начинают бизнес
- Количество самозанятых продавцов на маркетплейсах за год выросло в 3 раза
- PIM Solutions: Доля заказов с постоплатой составила 44% в 2022 г.
- INFOLine: Лидеры рынка eGrocery в I кв. 2023 — СберМаркет, Яндекс, ВкусВилл
- РАЭК: Сегмент электронной коммерции вырос на 32% в 2022 г.
- Объем рынка курьерской доставки последней мили достиг 1,7 трлн руб. в 2022 г.
- Data Insight: Как российскому бизнесу выйти на рынок Китая

#### Весь мир:

- Диджитал экосистема Узбекистана. Направления развития и инвестирования
- В Казахстане доля электронной торговли составила 12,5%
- Выручка Otto Group в e-сом сегменте остается стабильной
- В США продолжает расти число трансграничных покупателей
- Ozon запускает локальную витрину в Казахстане
- Farfetch нарастил выручку на 8% в I кв. 2023 г.
- McKinsey: E-commerce — самый быстрорастущий канал в сегменте красоты
- Информация и скидки — основные плюсы покупок в прямом эфире
- Лидеры рынка доставки еды по регионам мира

#### Кейс:

- METRO: Заказы из даркстора на Дубровке доставляют за 1 час

#### Подкасты о e-commerce



## Россия:

Чистая прибыль Ozon достигла 10,7 млрд руб.  
по итогам I кв. 2023 г.

Corp.ozon.ru, 24.05.2023

/новость

Оборот Ozon (GMV с учетом сервисов и за вычетом возвратов) за I кв. 2023 года вырос на 71% до 303 млрд руб. Продажи продавцов увеличились на 93%, а их доля в обороте маркетплейса достигла 79,5% (рост на 9 п.п.).

Число активных покупателей выросло почти на треть до 37 млн. Частота заказов увеличилась в 1,5 раза до 15 в год. Общее количество заказов выросло на 93% до 179,3 млн. Выручка увеличилась на 47%, чему способствовал рост выручки от услуг на 120%.

Компания получила рекордную скорректированную EBITDA в 8 млрд руб. Показатель оказался положительным четвертый квартал подряд.

Чистая прибыль составила 10,7 млрд руб. по сравнению с убытком в 19,1 млрд руб. годом ранее. В основном, это связано с разовым доходом от досрочного погашения финансовых обязательств, а также значительным ростом выручки.



Источник:

Ozon показывает положительную EBITDA четвертый квартал подряд

# Оборот СберМаркета составил 33,5 млрд руб. за I кв. 2023 г.

Vc.ru, 25.05.2023

/НОВОСТЬ

По итогам I кв. 2023 года оборот СберМаркета составил 33,5 млрд руб. с НДС и промо. Число доставленных заказов достигло 14 млн.

Росту способствовали:

- фокус на развитии перспективных моделей бизнеса и операционных моделей (экспресс-доставка, самовывоз), ускорение процессов за счет технологий;
- усиление региональной представленности;
- развитие рекламной платформы и продаж корпоративным клиентам.

«В первом квартале компания продемонстрировала сбалансированный рост с улучшением всех ключевых метрик. Мы намерены и дальше усиливать позиции в сегменте доставки продуктов из магазинов», — отметил Артур Саркисов, CEO СберМаркета.



Источник:

СберМаркет укрепил лидерство на рынке e-grocery по итогам I квартала 2023 года

# Ozon запускает в Подмосковье новый фулфилмент-центр

Corp.ozon.ru, 25.05.2023

/новость

Ozon открывает фулфилмент-центр на территории логистического парка «Софьино». Складской комплекс площадью хранения более 76 тыс. кв. м. может разместить до 30 млн товаров разных категорий и обрабатывать более 900 тыс. заказов в сутки.



Логистический хаб стал шестым для Ozon в Московской области. Собственные инвестиции компании в открытие составили порядка 3,8 млрд руб. Основная часть средств пошла на закупку высокотехнологичного оборудования и создание собственных IT-систем для автоматизации производства.

С 2020 года логистическая инфраструктура маркетплейса увеличилась в 6 раз и сейчас превышает 1,4 млн кв. м площадей.

Источник:

[Ozon открывает новый фулфилмент-центр в Подмосковье](#)

# Авито тестирует тариф «Грузовой» от Яндекс Доставки

Vc.ru, 22.05.2023 10:35:00

/новость

В Москве и Санкт-Петербурге можно заказать мебель и бытовую технику весом до 60 кг с доставкой до двери в течение дня. Оплата пройдет через «Безопасную сделку», а от товара можно будет бесплатно отказаться. Максимальная цена заказа составит 30 000 руб. на старте, с перспективой повышения лимита до 50 000 руб.

Услуга в тестовом режиме доступна части пользователей для заказов у частных продавцов, в городской черте Москвы и Санкт-Петербурга. До конца лета тариф станет доступен для всех пользователей из этих городов. В планах — расширить доставку на другие города.

По итогам 2022 года продажи крупногабаритной бытовой техники на Авито выросли на 15%. Продажи мебели увеличились более, чем на треть.



Источник:

[Авито запускает доставку крупногабаритных товаров вместе с Яндекс Доставкой](#)

# Wildberries узнал, как предприниматели начинают бизнес

Wildberries.ru, 26.05.2023

/исследование

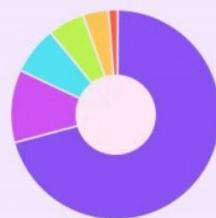
Wildberries опросил 4 300 предпринимателей из 83 регионов и выяснил, что 82% респондентов впервые попробовали свои силы в бизнесе, продавая товары в онлайн-сегменте.

71% запустили продажи через маркетплейсы, а за последние 3 года доля таких предпринимателей выросла в 7 раз; 4% начинали с соцсетей или онлайн-площадок объявлений.

В 2023 году 93% предпринимателей предпочитают продавать товары через маркетплейсы, 5% получают наибольшую прибыль в собственных интернет-магазинах, а еще 2% — в онлайн-точках и магазинах.

## С чего предприниматели начинают свой бизнес?

- 71% Выходят на маркетплейсы
- 11% Продают на розничных рынках
- 7% Создают собственные интернет-магазины
- 6% Запускаются на нескольких площадках
- 4% Начинают с продаж в социальных сетях
- 1% Арендуют точки в торговых центрах



## Сколько зарабатывают?

до 10 тыс. рублей

в первый месяц работы

55%

до 100 тыс. рублей

через несколько месяцев

41%

до 1 млн рублей

через 1–3 года

11%

## Что продают?



\* Исследование проведено Wildberries в мае 2023г.

Источник:

Пресс-служба Wildberries

# Количество самозанятых продавцов на маркетплейсах за год выросло в 3 раза

Tinkoff.ru, 25.05.2023

/исследование

Согласно исследованию Тинькофф и Ozon, за год число самозанятых на маркетплейсах выросло в 3 раза. Лидером по доле самозанятых продавцов остается Wildberries. В I кв. 2023 года торговлю на площадке вели 74% продавцов. Наибольший прирост по числу новых продавцов за I кв. 2023 года зафиксирован у Ozon — 42%.

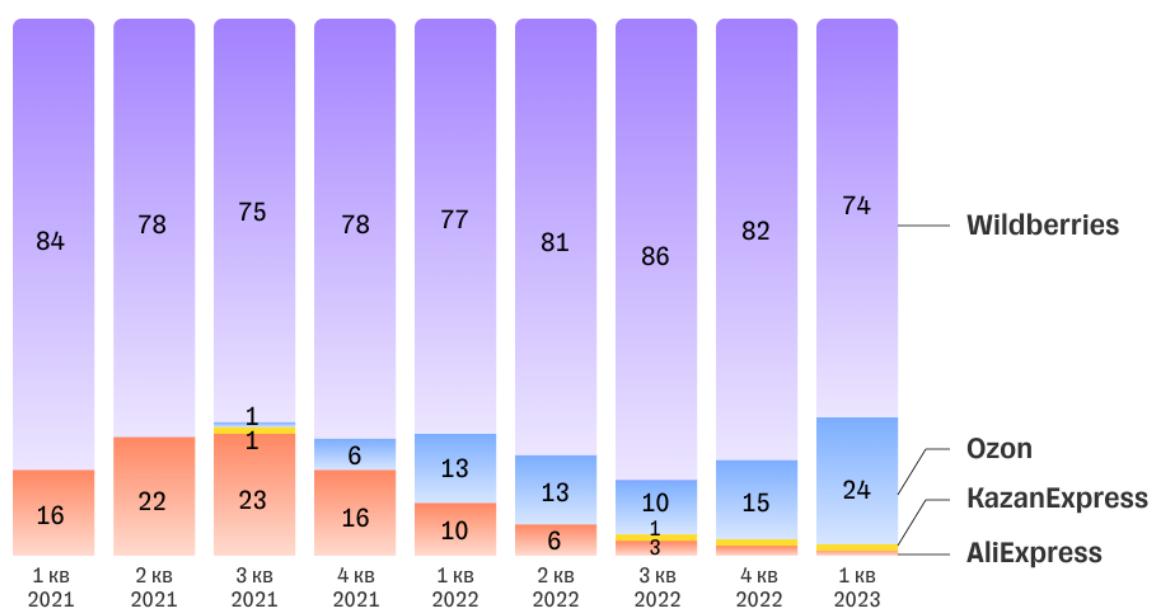
В среднем самозанятый продавец за счет торговли на маркетплейсе зарабатывает 43 600 руб. в месяц. Самозанятые на маркетплейсах зарабатывают больше, чем другие самозанятые в сегментах «Красота» (на 50%), «Животные» (на 15%), «Торговля самостоятельно произведенным товаром» и «Одежда» (на 8%).

Минимум для 15% самозанятых продавцов торговля на маркетплейсе — дополнительный источник дохода помимо основной работы.

По данным аналитиков Ozon, дом и сад — самая популярная категория для самозанятых. Ассортимент в ней предоставляют почти треть продавцов. В этой же категории самые высокие обороты — 30% от всего оборота самозанятых продавцов.

## Доля самозанятых по площадкам

С 2021 по 2023 год, %



По данным транзакций клиентов Тинькофф

Источник:

[Исследование Тинькофф и Ozon: за год количество самозанятых продавцов на маркетплейсах выросло в 3 раза](#)

# PIM Solutions: Доля заказов с постоплатой составила 44% в 2022 г.

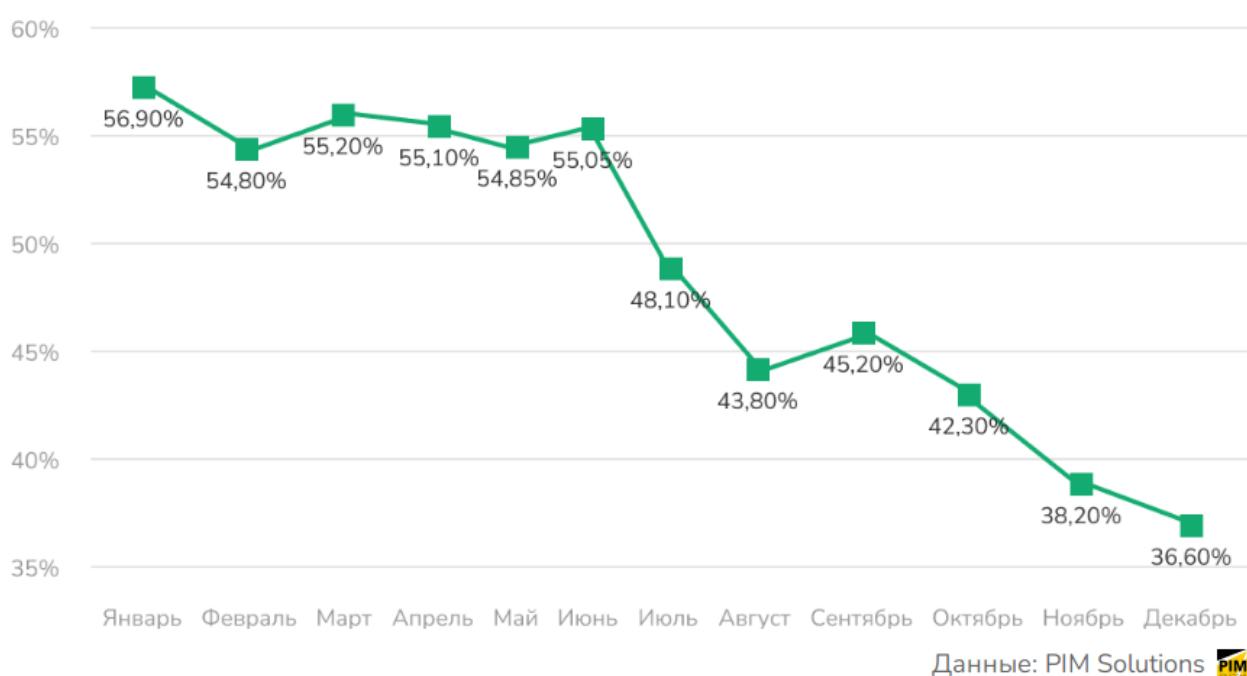
Pimsolutions.ru, 25.05.2023

/исследование

Согласно исследованию PIM Solutions, в 2022 году доля заказов с постоплатой составила 44%, средний чек — 5064 руб. Интернет-магазинами было отправлено заказов с постоплатой на сумму 771 млрд руб.

Доля заказов с оплатой наложенным платежом постоянно сокращается. В 2022 году это сокращение ускорилось. В течение I кв. 2023 года доля постоплаты находилась примерно на уровне декабря 2022 года.

## Доля заказов с оплатой наложенным платежом в 2022



Наибольшая доля постоплаты наблюдается в отдаленных регионах. В трети регионов доля заказов с постоплатой превышает 50%.

По словам гендиректора PIM Solutions Ольги Сатановской, наложенные платежи остаются значимой частью рынка: «*Дополнительно значимость наложенных платежей подтверждает тот факт, что их начали принимать маркетплейсы, которые ранее работали только по предоплате. Они видят в этом дополнительное конкурентное преимущество.*

Источник:

[Наложенные платежи в российском e-commerce в 2022 году](#)

# INFOLine: Лидеры рынка eGrocery в I кв. 2023 — СберМаркет, Яндекс, ВкусВилл

Т.ме, 25.05.2023

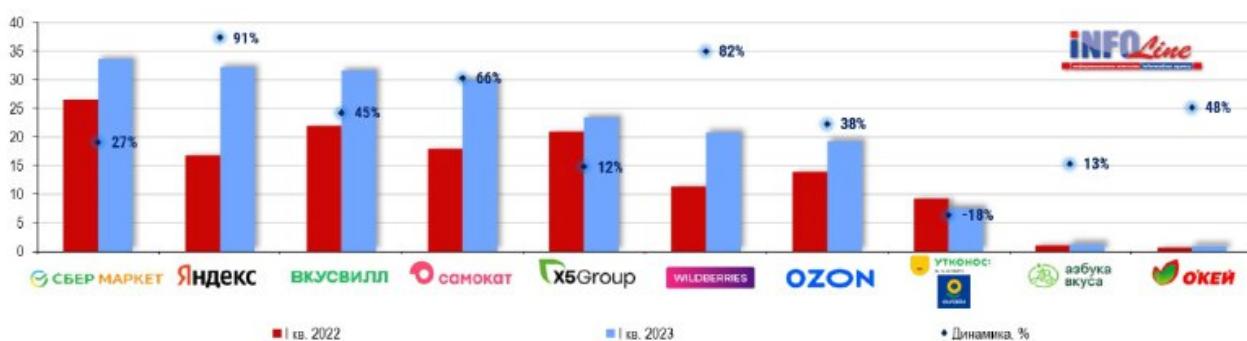
/исследование

По данным INFOLine, в I кв. 2023 года онлайн-продажи продовольственных товаров год к году выросли на 24,5% до 198 млрд руб. Их доля в общем объеме food-ритейла увеличилась с 3,3% до 3,9%.

Квартал закончился без ротаций в рейтинге INFOLine E-grocery Russia TOP:

1. Лидерство сохранил СберМаркет, который увеличил оборот до 33,5 млрд руб.
2. На втором месте — е-сом Яндекса (Яндекс Лавка, Яндекс Еда и Delivery Club без учета доставки из ресторанов, продажи категории food на Яндекс Маркете). Их совокупный оборот вырос на 90,5%, до 32 млрд руб.
3. Третье место — ВкусВилл, который увеличил оборот онлайн-продаж на 44,8%, до 31,5 млрд руб.

Рейтинг INFOLine E-grocery Russia TOP по обороту, млрд руб. (с НДС)



Источник:

Первый квартал 2023 года закончился без ротаций в рейтинге INFOLine E-grocery Russia TOP

# РАЭК: Сегмент электронной коммерции вырос на 32% в 2022 г.

Raec.ru, 24.05.2023

/исследование

По данным РАЭК, в 2022 году экономика Рунета выросла на 29%, чему способствовали положительная динамика сегментов электронной коммерции и инфраструктуры. Вклад интернет-экономики в экономику России составил 12,2 трлн руб.

**Объем сегмента электронной коммерции в 2022 году** вырос на 32% и достиг 11 421,2 млрд руб. В его составе анализируются 5 рынков:

- онлайн-ритейл (без учета доставки готовой еды и продуктов питания, а также трансграничной торговли) — 3 949,5 млрд руб. (+32%);
- рынок электронных платежных услуг — 3 031,5 млрд руб. (+19%);
- онлайн-трэвел — 415,7 млрд руб. (+18%);
- рынок услуг в интернете — 1 701,5 млрд руб. (+35%);
- C2C-торговля — 2 323 млрд руб. (+55%).



## Основные тренды:

- сегмент растет за счет переориентации покупателей на онлайн;
- маркетплейсы стали основной точкой притяжения покупателей и продавцов;
- снижение темпов роста сегмента eGrocery;
- продолжение снижения среднего чека.

## Источник:

РАЭК: экономика Рунета выросла на 29% в 2022 году

# Объем рынка курьерской доставки последней мили достиг 1,7 трлн руб. в 2022 г.

Raec.ru, 22.05.2023

/исследование

Согласно исследованию РАЭК, объем рынка курьерской доставки последней мили достиг 1,7 трлн руб. в 2022 году. Лидирует сегмент доставки товаров электронной коммерции: на него пришлось более 46% объема рынка в деньгах. Следом идут e-grocery (30%), доставка готовой еды из ресторанов (13%), доставка документов, корреспонденции и посылок (9%).

Основной объем заказов доставляется крупнейшими маркетплейсами и собственными курьерскими службами магазинов. Быстрее всего росла доставка питания и товаров FMCG (e-grocery) — в 2022 году на 66% в деньгах относительно 2021 года.



ТОП-5 игроков, имеющих собственную доставку или использующих услуги внешних партнеров: Wildberries, Ozon, М.Видео-Эльдорадо, ВкусВилл, X5 Group.

ТОП-5 логистических компаний, которые оказывают услуги сторонним бизнесам: Почта России, СДЭК, Яндекс Доставка, DPD, СберЛогистика.

Источник:

В 2022 году объем рынка курьерской доставки в России вырос на 21% и достиг 1,7 трлн рублей

Материал размещен на правах рекламы

# Data Insight: Как российскому бизнесу выйти на рынок Китая

Datainsight.ru, 26.05.2023

/реклама

**Data Insight** представляет исследование «Выход на рынок Китая: продажи на маркетплейсах».

## Исследование отвечает на вопросы:

- Что надо сделать, чтобы выйти на рынок Китая?
- Стоит ли выходить?
- Каким компаниям проще это сделать?
- На что обращать особое внимание на китайском рынке?
- Есть ли товары, которые «ждут» в Китае?
- Какой профиль среднестатистического китайца-покупателя и китайца-бизнесмена?

## Состав исследования:

- Обзор рынка онлайн-продаж Китая
- Шаги по выходу на рынок Китая
- Поиск и работа с китайскими партнерами
- Особенности ведения бизнеса в Китае
- Опыт российских компаний (Synergetic и SPLAT) «от первого лица»
- Основные выводы
- Справочные материалы (схема действий, список крупнейших выставок, новости)



## Купить отчет

Рекламодатель ООО "Дейта Инсайт"

Источник:

[Выход на рынок Китая: продажи на маркетплейсах](#)

## Весь мир:

# Диджитал экосистема Узбекистана. Направления развития и инвестирования

Datainsight.ru, 26.05.2023

/новость

20 мая партнёр Data Insight Фёдор Вирин выступил с докладом

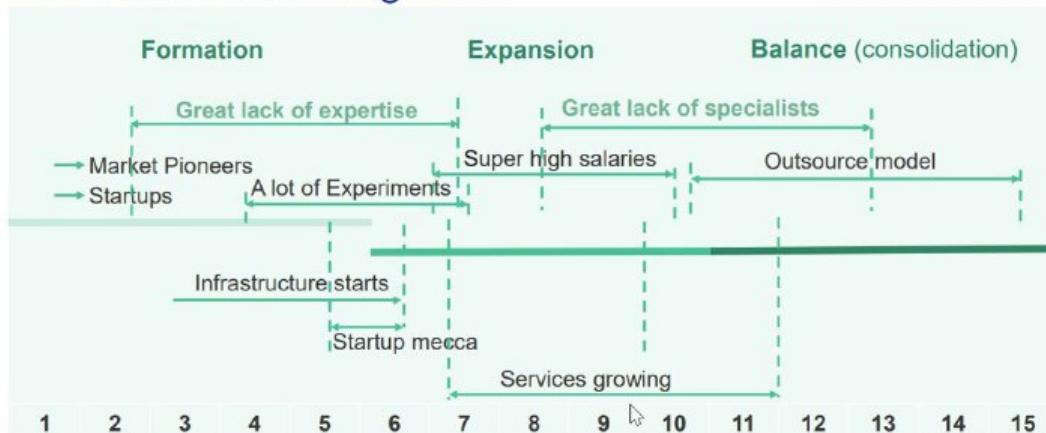
**«Диджитал экосистема Узбекистана. Направления развития и инвестирования»**

на международном маркетинговом бизнес-форуме MAKON Marketing Forum 2023 в Ташкенте.

### **Ключевые тезисы:**

1. Узбекистан находится на старте формирования рынка: егодвигают и формируют пионеры, инфраструктуры нет или почти нет.
2. Точки инвестирования в Узбекистане: системы аналитики, агрегаторы данных, рекламные сети.
3. Отличительные черты Digital экосистемы Узбекистана:
  - небольшое количество иностранных игроков, малое число иностранного и собственного инструментария;
  - почти исключительно мобильный трафик;
  - малое число крупных рекламодателей;
  - двуязычный контент.

### eCDS Matrix Data Insight



Цифровые рынки развиваются очень похоже с коротким 10-15 летним циклом. На старте этого цикла «сумасшедшие инноваторы», а ближе к концу цикла – развитая экосистема.



2

### Источник:

[Диджитал экосистема Узбекистана. Направления развития и инвестирования](#)

# В Казахстане доля электронной торговли составила 12,5%

Stat.gov.kz, 24.05.2023

/новость

В 2022 году объем рынка розничной электронной коммерции (внутренний рынок) с учетом маркетплейсов в Казахстане составил 1963,5 млрд тенге, следует из данных Бюро национальной статистики.

Розничный оборот через маркетплейсы составил 1117,9 млрд тенге или 56,9%, предприятий розничной торговли, осуществляющих реализацию товаров через собственный интернет-ресурс — 43,1%. Доля электронной торговли с учетом маркетплейсов составила 12,5%.

Основные показатели электронной коммерции в Республике Казахстан (внутренний рынок)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022*
Объем электронной коммерции (розничная торговля), млн.тенге	50919,9	78500,5	106918,1	144606,0	206253,9	476651,5	481978,7	1963493,2
Доля электронной торговли в общем объеме розничной торговли, %	0,8	1,0	1,2	1,4	1,8	4,1	3,6	12,5
Объем электронной коммерции (услуги) млн.тенге	39156,4	80198,4	70356,2	136123,0	121153,7	209164,7	349933,7	1186536,7

\*Данные за 2022г. сформированы с учетом маркетплейсов

В 2022 году объем электронной коммерции услуг с учетом маркетплейсов составил 1186,5 млрд тенге.

Источник:

Доля электронной торговли, с учетом маркетплейсов, составила 12,5%

# Выручка Otto Group в e-сом сегменте остается стабильной

Ottogroup.com, 24.05.2023

/новость

Otto Group смогла сохранить высокий уровень выручки предыдущего 2021/22 года в 2022/23 финансовом году (завершился 28 февраля). Выручка группы за отчетный период составила 16,2 млрд евро. Выручка направления глобальной электронной коммерции осталась почти на уровне предыдущего года и составила 12,0 млрд евро.

Otto Group продолжает инвестировать в переход к платформе электронной коммерции. Выручка в настоящее время генерируются в трех сферах бизнеса: в розничной торговле и в качестве маркетплейса и поставщика услуг. Более чем 5000 партнеров Otto предлагают на платформе около 14,5 млн продуктов.

Key figure		2022/23	2021/22
Revenue	EUR billion	16.2	16.1
thereof e-commerce revenue	EUR billion	12.0	12.1
EBITDA	EUR million	589	1,204
EBIT	EUR million	22	677
EBT	EUR million	-224	1,863
Loss/profit for the year	EUR million	-413	1,814
Group equity	in EUR mill.	5,168	5,495
Net financial debt	in EUR mill.	2,813	714
Free cash flow	in EUR mill.	-1,219	867
Employees	number	41,186	42,705
thereof domestic	number	24,282	24,088
thereof foreign	number	16,904	18,617

Источник:

Stability in challenging times: Otto Group maintains high revenue level

# В США продолжает расти число трансграничных покупателей

Insiderintelligence.com, 23.05.2023

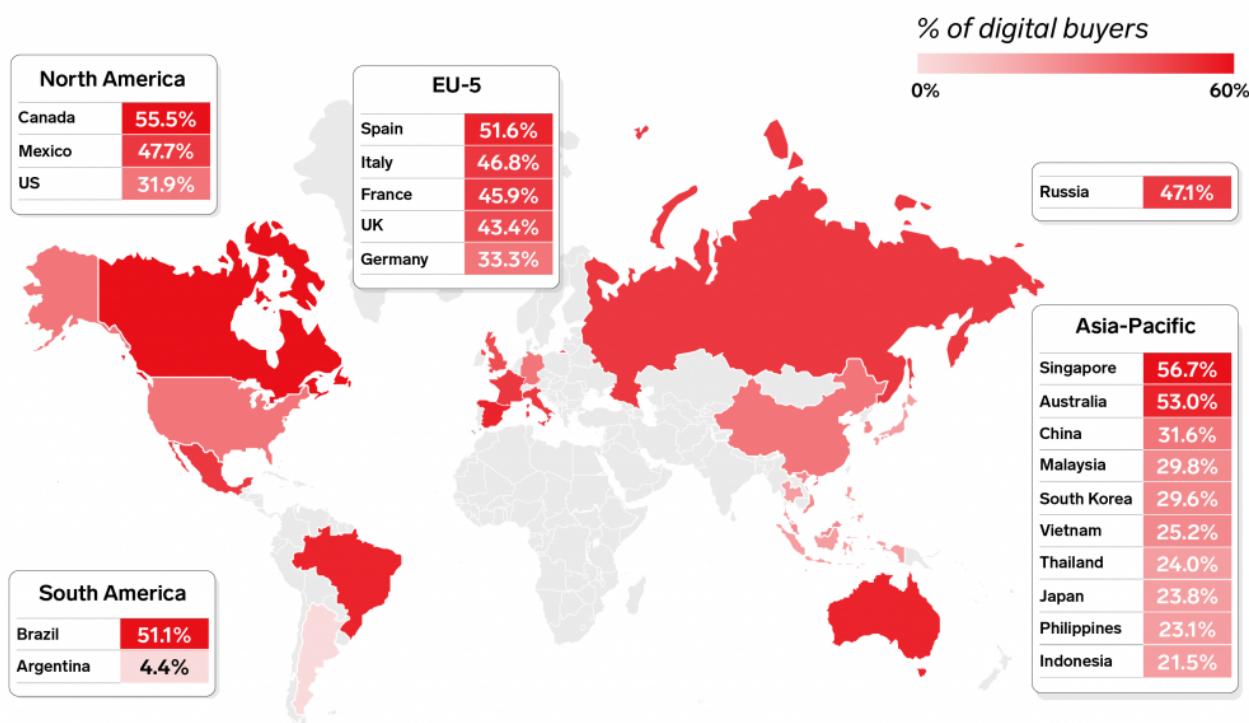
/новость

Трансграничная электронная коммерция в США набирает популярность, несмотря на замедление роста числа покупателей. По прогнозу Insider Intelligence, в 2023 году США займут второе место в мире по количеству трансграничных покупателей — 69,8 млн.

В 2023 году число трансграничных покупателей в США увеличится на 3,4% в годовом исчислении. В 2020 году рост составил 7%, а в 2016 — 10,2%. В 2024 году совершение интернет-покупки за границей будет почти треть всех цифровых покупателей в США — 71,8 млн человек старше 14 лет, что почти на 25% больше, чем в 2019 году.

Новый импульс трансграничным покупкам придаст инфляция. Рост цен ослабил лояльность потребителей к брендам.

## Cross-Border Retail Ecommerce Buyer Penetration, by Country, 2023



Note: ages 14+; internet users who have purchased goods online from a seller in a foreign country, either directly or through an intermediary (i.e., marketplace), at least once during the calendar year via any digital channel and device; excludes travel and event ticket sales, digital downloads, subscriptions, and other services

Source: eMarketer, January 2023

i350162

INSIDER  
INTELLIGENCE | eMarketer

Источник:

[More US consumers are becoming cross-border buyers](#)

# Ozon запускает локальную витрину в Казахстане

Corp.ozon.ru, 22.05.2023

/новость

К заказу на Ozon.kz доступны товары как казахстанских, так и российских продавцов. Цены указаны в тенге, организована клиентская поддержка на двух языках.

Получить заказ можно с доставкой в брендированные пункты выдачи Ozon и отделения Казпочты, а также курьером в Алматы, Астане и Караганде. В будущем на Ozon.kz могут появиться финансовые услуги для покупателей, такие как кредит и рассрочка.

Казахстан — стратегически важный регион для Ozon. Компания активно инвестирует в него с 2021 года: уже запущены два крупных складских комплекса в Астане и Алматы.



Источник:

[Ozon запускает локальную витрину в Казахстане](#)

# Farfetch нарастил выручку на 8% в I кв. 2023 г.

Farfetchinvestors.com, 22.05.2023

/новость

Выручка Farfetch в I кв. 2023 года выросла на 8% до \$556,4 млн. GMV увеличился на 0,1% до \$931,7 млн, при этом GMV цифровой платформы сократился на 1% до \$799,7 млн.

Отмечается, что последовательное улучшение роста GMV на двух крупнейших рынках, в США и Китае, а также заказов на Farfetch Marketplace свидетельствуют о «силе и стойкости» основного бизнеса.

Убыток компании после уплаты налогов составил \$174,3 млн по сравнению с прибылью в размере \$728,8 млн годом ранее. Скорректированный показатель EBITDA вырос на \$1 млн и представляет убыток в размере \$34,7 млн.

	Three months ended March 31,			Three months ended March 31, 2023 at constant currency	
	2022	2023	%		%
GMV	\$ 930,752	\$ 931,658	0.1%	\$ 963,995	3.6%
Digital Platform GMV	809,509	799,654	(1.2%)	825,247	1.9%
Brand Platform GMV	99,739	109,685	10.0%	115,101	15.4%
In-store GMV	21,504	22,319	3.8%	23,646	10.0%
Revenue	514,803	556,391	8.1%	575,774	11.8%
Adjusted Revenue	435,937	476,188	9.2%	494,014	13.3%
Digital Platform Services Revenue	316,780	341,269	7.7%	351,640	11.0%
Brand Platform Revenue	100,492	114,460	13.9%	120,587	20.0%

Источник:

[Farfetch Announces First Quarter 2023 Results](#)

# McKinsey: E-commerce — самый быстрорастущий канал в сегменте красоты

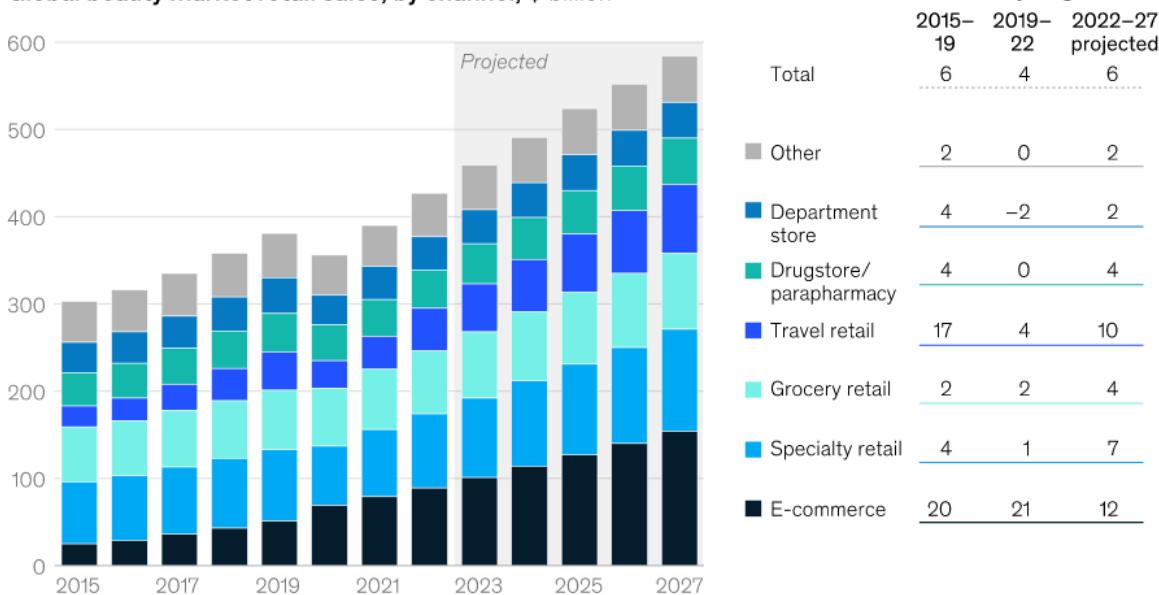
Mckinsey.com, 22.05.2023

/исследование

Согласно исследованию McKinsey, объем электронной коммерции в сфере красоты вырос почти в 4 раза в период с 2015 по 2022 год: доля в настоящее время превышает 20%, и впереди ожидается значительный взлет. Для сравнения: в 2022 году доля e-com в сегменте одежды и обуви составила примерно 30%, игрушек и игр — около 65%.

**E-commerce is the fastest-growing channel for beauty products.**

Global beauty market retail sales, by channel, \$ billion



Source: Euromonitor; McKinsey analysis; McKinsey Global Institute analysis

McKinsey & Company

Росту электронной коммерции в области красоты способствовали расширение предложений от онлайн-гигантов, таких как Amazon в США и Tmall в Китае; улучшение цифрового опыта от D2C игроков; растущее значение онлайн для омниканальных ритейлеров; распространение социальной коммерции, включая прямые трансляции, в Азии.

Ожидается, что электронная коммерция останется самым быстрорастущим каналом продаж для сегмента красоты (12% в год в 2022-2027 гг.). Но рост традиционных каналов может ускориться после пандемии, поскольку предпочтение потребителей в отношении омниканальности частично обусловлено их постоянным желанием находить и пробовать продукты в магазине. Ожидается, что универмаги продолжат терять долю рынка во всем мире.

В 2022 году рынок товаров для красоты (средств по уходу за кожей, парфюмерии, косметики, средств по уходу за волосами) составил около \$430 млрд. До 2027 года он будет расти на 6% в год и достигнет примерно \$580 млрд.

Источник:

[The beauty market in 2023: A special State of Fashion report](#)

# Информация и скидки — основные плюсы покупок в прямом эфире

Ecommercedb.com, 24.05.2023

/исследование

Финтех-компания Klarna изучила основные мотивы пользователей для шопинга в прямых трансляциях.

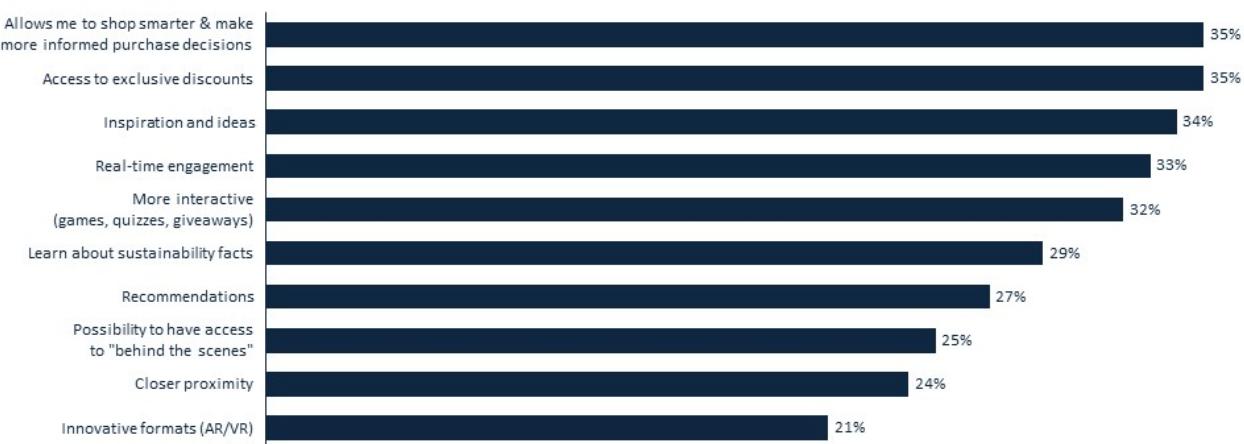
Два основных преимущества — это более обоснованные решения о покупке и доступ к эксклюзивным скидкам. Дополнительная информация о товаре создает у покупателя ощущение, что вероятность возврата снизится.

Примерно каждый третий опрошенный считает вдохновение и новые идеи, вовлеченность и интерактивный аспект преимуществами прямых трансляций по сравнению с традиционной электронной коммерцией.

Меньше внимания получили инновационные форматы, такие как дополненная или виртуальная реальность, однако их упомянул каждый пятый респондент.

## BENEFITS OF LIVESTREAM SHOPPING FOR ONLINE SHOPPERS WORLDWIDE, Q1/2023

in %



Sources: Klarna Insights



Источник:

[More Information and Discounts are Top Benefits of Livestream Shopping](#)

# Лидеры рынка доставки еды по регионам мира

Ecommercedb.com, 22.05.2023

/исследование

В среде онлайн-доставки еды, которая стала еще более конкурентной, стремятся закрепиться несколько компаний, следует из анализа ecommerceDB. Uber Eats добилась глобальных успехов и почти единогласно заявила о своем присутствии в разных регионах. В то же время местные претенденты с разной степенью успеха борются за свои права на рынке.

## LEADING COMPANIES IN THE ONLINE FOOD DELIVERY MARKET BY REGION, 2023



Notes: Worldwide; as of January 2023; Delivery Hero and Just Eat Takeaway comprise various acquired brand leaders in those markets.

Sources: Company reports; Statista



- В Северной Америке явно доминируют местные игроки: SkipTheDishes, Grubhub, Uber Eats, DoorDash, Postmates и Instacart.
- На Ближнем Востоке иностранные Uber Eats, Delivery Hero и Deliveroo пользуются успехом при отсутствии каких-либо значительных местных конкурентов.
- Преобладание региональных компаний наблюдается в Индии (Zomato, Swiggy), Китае (Ele.me, Meituan Waimai, Dianping) и России (Delivery Club, Yandex Eats).
- В Европе также предпочитают местные компании, такие как Gorillas, Flink и Getir, за исключением Uber Eats, также работающего в этом регионе.
- В Африке, Юго-Восточной Азии и Японии активны иностранные компании, такие как Uber Eats, Delivery Hero и Glovo, но региональные преобладают над ними.
- В Центральной и Южной Америке, а также в Австралии и Новой Зеландии рынок почти поровну разделен между региональными и иностранными компаниями.

Источник:

[Leading Companies in the Online Food Delivery Market by Region](#)

## Кейс:

# МЕТРО: Заказы из даркстора на Дубровке доставляют за 1 час

Т.ме, 24.05.2023

/кейс

Сеть METRO в начале года открыла первый отдельно стоящий даркстор в районе Дубровка в Москве. Склад площадью более 1000 кв. м вмещает около 4000 позиций и позволяет собирать большую часть заказа на территории даркстора. Кроме того, склад располагается рядом с ТЦ, и сборщики при необходимости могут оперативно забрать недостающие товары из основного ассортимента.



За первые три месяца работы скорость сборки заказа улучшилась в среднем на 12 минут, что составляет 20-25 минут. Время ожидания с момента клика до получения заказа уменьшилось на 30-50 минут. В районах покрытия даркстора клиент получает заказ в среднем за 1 час, а 15% заказов собираются и доставляются менее чем за час.

Источник:

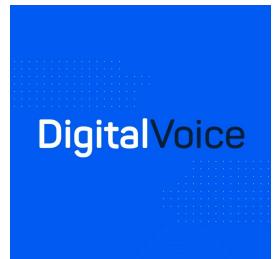
[METRO доставляет заказы за 1 час. Результаты работы нового даркстора на Дубровке](#)

# Подкасты о e-commerce

## Digital Voice

### Инструменты персонализации для E-commerce – Андрей Тыщенко

Локальным компаниям до сих пор не получилось восполнить многие из ушедших инструментов маркетинга и социальных сетей. И одним из немногих исключений является сфера персонализации клиентского опыта в e-commerce, потому что с уходом известного многим Dynamic Yield, ему наследует новый инструмент — Gravity Field. Разговор с Андреем Тыщенко, коммерческим директором нового, но уже популярно инструмента, про опыт персонализации, который сейчас востребован рынком и эффективные практики.



**Слушать:** [Podcasts.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 онлайновых 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](mailto: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.