

# Рынок электронной торговли

## Новостной мониторинг

---

Выпуск 2023 / № 26

26 Июня 2023 - 02 Июля 2023

### **В выпуске:**

#### **Россия:**

Data Insight: 47,9 млн заказов было выполнено на рынке eGrocery в мае 2023 г.

Data Insight: Онлайн-продажи интернет-аптек увеличились на 45% в 2022 г.

Число покупателей на Ozon выросло до 37 млн

«Лента Онлайн» и СберМаркет запустили самовывоз в багажник автомобиля

Почта России и МТС расширяют географию доставки интернет-заказов

Установлены антимонопольные ограничения для маркетплейсов и агрегаторов

Выросло число фишинговых сайтов, имитирующих маркетплейсы

Россияне рассказали, какие товары хотели бы приобретать онлайн с доставкой

Data Insight совместно с Cross Insights: Перспективы бизнеса в Узбекистане

Анатолий Мохов, эксперт в области e-com: Нужно идти в Индию

#### **Весь мир:**

H&M представит больше сторонних брендов онлайн и в магазинах

Cainiao и AliExpress предложат 5-дневную доставку по всему миру

Amazon запускает новую программу доставки в партнерстве с малым бизнесом

Почтовые службы Казахстана и Эстонии будут совместно развивать e-commerce

Сеть «Корзинка» в Узбекистане запустила онлайн-супермаркет Korzinka Go

Продажи американских маркетплейсов вырастут на 10,2% в 2023 г.

Жители Люксембурга предпочитают трансграничный онлайн-шопинг

#### **Подкасты о e-commerce**



## Россия:

# Data Insight: 47,9 млн заказов было выполнено на рынке eGrocery в мае 2023 г.

Datainsight.ru, 29.06.2023

/новость

**Data Insight** анонсирует **новый выпуск бюллетеня**, посвященного развитию eGrocery в России. В нем раскрываются основные цифры, характеризующие рынок онлайн-продаж продуктов за май 2023 года.

## Количество заказов в мае



**47,9 млн**

в мае 2023



**3%**

к апрелю 2023



**+56%**

к маю 2022

#06\_2023 (май)

В среднем в сутки 1 546 тыс. заказов (без изменений к апрелю 2023 г.)

Здесь и далее учитываются заказы через интернет-магазины и службы доставки продуктов питания (для Яндекс.Еда и Маркет 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



## Основные выводы:

- В мае 2023 года интернет-магазины и сервисы доставки продуктов питания выполнили **47,9 млн заказов** (без учета продаж универсальных маркетплейсов с несрочной доставкой), что **на 3% меньше**, чем в апреле 2023 года, и **на 56% больше**, чем в мае 2022 года.
- **Среднесуточное количество заказов** в мае сохранилось на уровне апреля и составило **1 546 тысяч**.
- Data Insight предполагает, что рынок eGrocery по итогам 2023 года составит **627 млн заказов и 790 млрд рублей**.

## Подписаться на бюллетень eGrocery

Источник:

eGrocery бюллетень, июнь 2023



# Data Insight: Онлайн-продажи интернет-аптек увеличились на 45% в 2022 г.

Datainsight.ru, 27.06.2023

/новость

**Data Insight** при поддержке **Rowi** выпустили исследование «**Рынок интернет-аптек**» за 2022 год. В отчете приведены данные по **85** интернет-аптекам, специализирующимся в первую очередь на продаже лекарственных средств.

## Ключевые тезисы:

- В 2022 году было оформлено **140 млн** онлайн-заказов на сумму **236 млрд** рублей.
- Средний чек составил **1 680** рублей.
- В 2022 году онлайн-продажи интернет-аптек увеличились на **45%** по сравнению с 2021 годом.
- На интернет-аптеки приходится **4%** от всего объема продаж на рынке eCommerce.
- Конверсия сектора составила **9,5%**.

 при поддержке **Rowi** |  sellplus

## Объем онлайн-рынка интернет-аптек



Источник:

[Рынок интернет-аптек 2022](#)

# Число покупателей на Ozon выросло до 37 млн

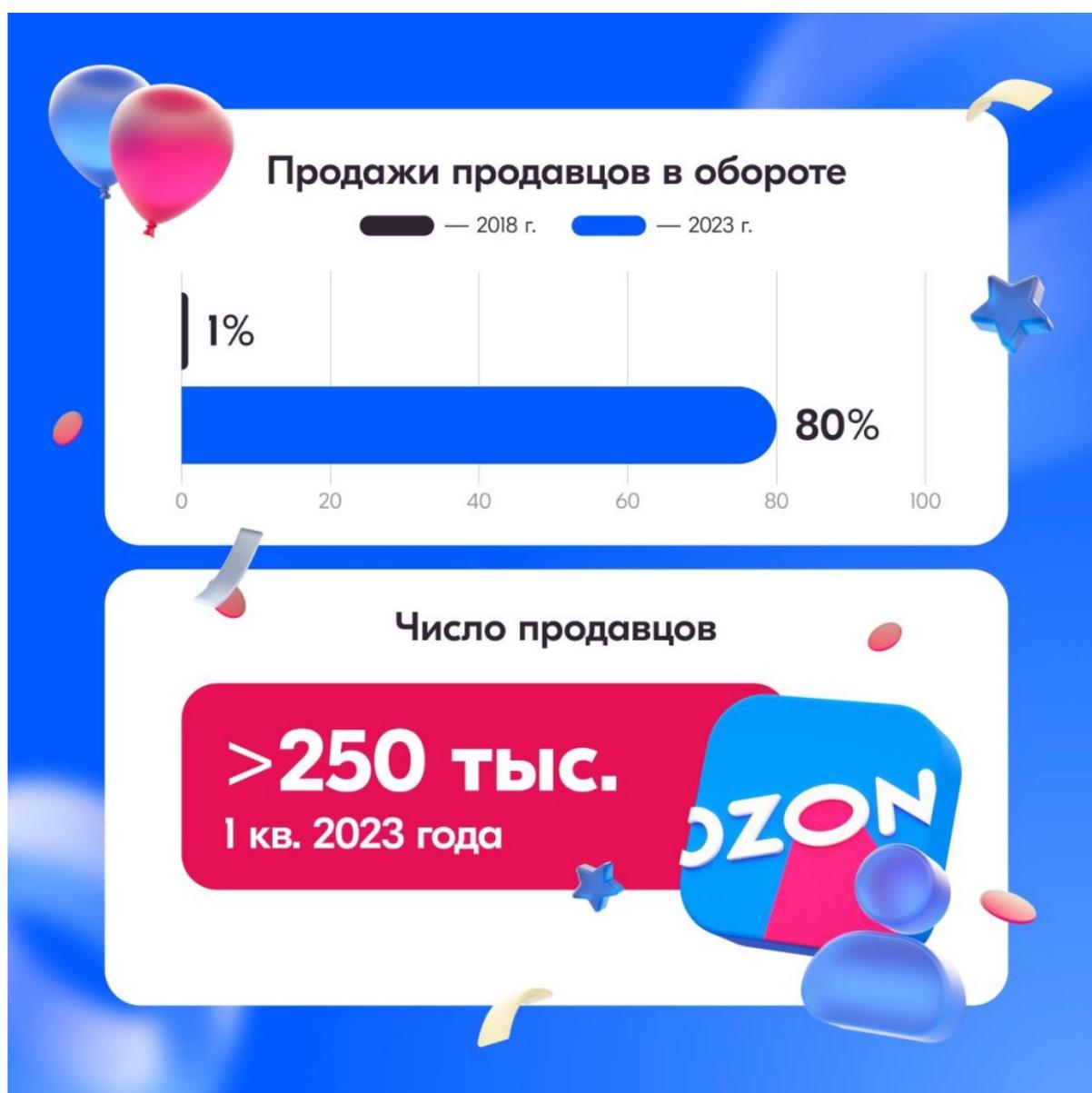
Т.me, 28.06.2023

/НОВОСТЬ

В 2018 году Ozon перестал быть просто интернет-магазином с собственным ассортиментом и открыл свою платформу для всех продавцов.

Ozon рассказал, как вырос за 5 лет:

- Количество покупателей увеличилось с 4,8 млн в 2018 году до 37 млн по состоянию на I кв. 2023 года.
- Частота заказов выросла с 3,2 до 15 на человека в год.
- В 2018 году на площадке было 1,3 млн товаров, а в I кв. 2023-го — более 196 млн.
- Оборот Ozon в 2018 году составил 42 млрд руб., а в 2022-м — 832,2 млрд руб.
- Логистические мощности расширились с 60 тыс. кв. м в 2018 году до 1,4 млн кв. м в 2023-м. Фулфилмент-центры расположены в ключевых районах страны, а также в Беларуси и Казахстане.



Источник:

[Ozon HQ](#)

# «Лента Онлайн» и СберМаркет запустили самовывоз в багажник автомобиля

Lenta.com, 28.06.2023

/новость

Сервисом можно воспользоваться в приложении СберМаркета. Необходимо выбрать услугу «Самовывоз», указать данные машины, а затем припарковаться в специально оформленных зонах выдачи заказов на парковке магазина и в приложении нажать кнопку «Я на месте».

В течение 5-7 минут сотрудник СберМаркета вынесет покупки и уложит в автомобиль. К заказу доступны более 35 тыс. товаров, кроме алкоголя.

Новым способом можно воспользоваться, оформив самовывоз из магазина «Лента» по адресу: Ленинградская область, Крикковское шоссе, 69. Если пилотный проект окажется успешным, компании планируют масштабировать сервис на другие магазины сети.



Источник:

[«Лента Онлайн» и СберМаркет запустили самовывоз в багажник автомобиля](#)

# Почта России и МТС расширяют географию доставки интернет-заказов

Т.ме, 28.06.2023

/новость

Заказы из интернет-магазина МТС станут доступны еще 2,2 млн россиян в 53 городах и поселках Урала, Сибири и Дальнего Востока. Почта будет доставлять онлайн-заказы в салоны МТС в Якутию, Чукотку, Иркутскую область и еще в 13 регионов страны, в основном — в малые населенные пункты численностью до 40 тыс. человек.

Интерес жителей Урала, Сибири и Дальнего Востока к онлайн-покупкам растет: с января по май этого года количество заказов в этих регионах увеличилось на 12% год к году. Самыми популярными товарами стали смартфоны, умные часы и беспроводные наушники.



Источник:

[Почта России и МТС расширили географию доставки интернет-заказов](#)

# Установлены антимонопольные ограничения для маркетплейсов и агрегаторов

Ria.ru, 27.06.2023 13:43:00

/новость

Госдума приняла закон, который вводит антимонопольные ограничения для маркетплейсов и агрегаторов, сообщают [РИА Новости](#). Закон должен будет вступить в силу с 1 сентября 2023 года.

Закон определяет критерии отнесения крупных цифровых платформ к доминирующим субъектам и вводит понятие «сетевой эффект». Под ним понимается свойство товарного рынка, при котором потребительская ценность цифровой платформы изменяется в зависимости от изменения количества продавцов и покупателей, совершающих через нее сделки.



Вводится запрет на злоупотребление доминирующим положением для владельцев цифровых платформ, чей сетевой эффект дает возможность оказывать решающее влияние на общие условия обращения товаров на рынке и затруднять доступ на него, доля совершенных сделок через которые на определенном товарном рынке составляет более 35%, а выручка превышает 2 млрд руб. в год.

Кроме того, устанавливается новое условие для антимонопольного контроля за сделками экономической концентрации на товарных рынках. С ФАС будут согласовываться сделки, цена которых превышает 7 млрд руб.

Источник:

[Госдума установила антимонопольные ограничения для цифровых платформ](#)

# Выросло число фишинговых сайтов, имитирующих маркетплейсы

Т.me, 28.06.2023

/исследование

По [данным](#) Координационного центра доменов.RU/.РФ, число заблокированных фишинговых сайтов, имитировавших сервисы российских маркетплейсов, за первое полугодие 2023 года выросло более чем в 11 раз по сравнению с тем же периодом прошлого года.



Лидером по поддельным сайтам стал Avito: за 6 месяцев заблокирован 2971 фишинговый домен. На втором месте сервис Юла (1757 заблокированных доменов), далее следуют Ozon (1509 доменов) и Яндекс Маркет (922 домена).

Основные схемы мошенничества: поддельная доставка, когда пользователь вводит данные своей карты на фишинговом сайте, после чего с нее списываются средства; «угон» личных кабинетов продавцов, из которых затем выводятся средства, а товары распродаются по бросовым ценам. Распространяются фишинговые ссылки в основном в мессенджерах.

Источник:

[Мошенники маскируются под маркетплейсы](#)

# Россияне рассказали, какие товары хотели бы приобретать онлайн с доставкой

Evotor.ru, 26.06.2023

/исследование

Как показало исследование Работа.ру и Эвотор, 27% россиян пользуются услугами доставки несколько раз в месяц, 6% — до 6 раз в неделю, 1% — ежедневно. При этом 50% пользователей чаще всего заказывают продукты, 33% — одежду, обувь и детали гардероба.

Среди товаров, на которые действуют ограничения к доставке, респонденты особенно отмечают необходимость приобретать онлайн рецептурные препараты и алкоголь — по 21% соответственно. 11% хотели бы покупать редкие БАДы, 9% — табачные изделия, если бы это было возможным.

8% хотели бы приобретать ветпрепараты, 4% — питомцев в зоомагазинах с надлежащими условиями доставки, менее 3% — драгоценные камни и изделия из них, салюты и бытовую пиротехнику, драгоценные металлы, агрохимикаты.

По 34% отметили, что заказывали бы алкоголь при наличии специальной пломбы на упаковке, а также предъявили высокие требования к маркировке такой продукции и проверке доставляющей стороны.

Источник:

[Алкоголь, табак, бады и лекарства: россияне рассказали, на что нужно расширить возможности доставок](#)



Материал размещен на правах рекламы

# Data Insight совместно с Cross Insights: Перспективы бизнеса в Узбекистане

Datainsight.ru, 02.07.2023

/реклама

**Data Insight** совместно с **Cross Insights** выпустили исследование «Перспективы бизнеса в Узбекистане».

В исследовании мы проанализировали сегодняшний Узбекистан с точки зрения открытия в нем бизнеса: данные по стране, особенности ведения бизнеса, свободные ниши, отношение к иностранным инвестициям, ключевые факторы успеха, ключевые проблемные места.

## Состав исследования:

1. Современный Узбекистан
2. Ключевые хайлайты
3. Страновые особенности
4. Текущие тренды в Узбекистане
5. Бизнес в Узбекистане
6. Ритейл и онлайн-ритейл
7. Банковская система, финтех и стартапы
8. Особенности ведения бизнеса
9. Крупнейшие холдинги страны

## Заказать отчет

Рекламодатель ООО "Дейта Инсайт"

Источник:

[Перспективы бизнеса в Узбекистане - 2023](#)



# Анатолий Мохов, эксперт в области e-com: Нужно идти в Индию

Digitalvoice.ru, 27.06.2023

/мнение

Анатолий Мохов, эксперт в области электронной коммерции, побывал на конференции по электронной коммерции и технологиям в Индии и поделился с DigitalVoice впечатлениями от местного рынка:

**Если сравнивать рынок e-com России и Индии,** по моим оценкам, Индия отстает плюс-минус на 2-3 года. При этом, у них есть крупные бренды (крупные для РФ, но средние для Индии, поскольку другие масштабы цифр: к примеру, пользователей интернета в Индии 667 млн человек, в России 130 млн). Сейчас там серьезно обсуждают логистику next day в городах-миллионниках, их там около 25-30. О доставке same day пока вообще говорят редко.

Города, где больше миллиона жителей и представлены сервисы доставки еды, логистика занимает 15-20 минут. В стандартных интернет-магазинах — на второй-третий день. Есть исключения, конечно, но это скорее нестандарт или «экспресс». В России до ковида, не в Москве, но, в Питере, например, привозить товар на второй-третий день было нормальным. Но уже в середине 2020 года в крупных городах доставка next day стала обязательной. В Индии к этому идут только сейчас. [...]

**260 млн** — это пользователи, совершившие онлайн-транзакцию в 2022 году хотя бы раз. Здесь включаются продукты и сервисы, покупки в интернете. В этой статистике нет перевода денег, хотя они там очень распространены. Здесь также не учитываются банковские приложения и госуслуги (их сильно меньше, но имеются). [...]

## Нужно идти в Индию!

Если есть готовый продукт, он уже развит на каком-то рынке (российском, казахском, не важно), можно запускать. Это не так сложно: необходима адаптация и, обязательно, внутренняя команда — имеется в виду люди, которые хорошо говорят на хинди.

Источник:

[Итоги INNOVATION SUMMIT в Индии — Анатолий Мохов](#)



## Весь мир:

# Н&М представит больше сторонних брендов онлайн и в магазинах

Reuters.com, 29.06.2023 03:14:00

/новость

Н&М планирует продавать больше сторонних брендов на своих сайтах и в магазинах, сообщает [Reuters](#). В прошлом году компания запустила стратегию маркетплейса, чтобы бросить вызов онлайн-конкурентам, таким как ASOS, Shein и Zalando.

Ритейлер добавил 70 сторонних брендов на свою платформу на шести рынках. В компании утверждают, что «это было очень хорошо воспринято покупателями, которые также дополняют ассортимент Н&М другими брендами».

Кроме того, принадлежащий Н&М бренд Monki будет запущен на гонконгском e-commerce сайте Zalora, что указывает на готовность компании увеличить свое присутствие на сторонних платформах.



Источник:

[H&M to grow third-party brand strategy as online rivalry intensifies](#)

# Cainiao и AliExpress предложат 5-дневную доставку по всему миру

Alizila.com, 28.06.2023

/новость

Cainiao Group обещает доставлять трансграничные посылки в течение пяти рабочих дней, что на 30% быстрее, чем отраслевой стандарт. Для запуска нового сервиса логистическое подразделение Alibaba Group сотрудничает с маркетплейсом AliExpress.



Cainiao и AliExpress будут поэтапно доставлять трансграничные посылки в течение пяти рабочих дней. Чтобы углубить свои логистические возможности за пределами Китая, Cainiao сосредоточится на Европе, Северной Америке и Юго-Восточной Азии с целью создания одного-двух местных складских и распределительных центров в год.

В мае Alibaba заявила, что Cainiao может провести IPO в течение 12–18 месяцев. Гигант электронной коммерции владеет 67% акций Cainiao. «Alibaba Group всегда будет твердо поддерживать долгосрочное развитие Cainiao», — сказал Джозеф Цай, исполнительный вице-председатель Alibaba и председатель Cainiao.

Источник:

[Cainiao To Roll Out 5-Day Delivery Service Globally; Launches Express Brand In China](#)



# Amazon запускает новую программу доставки в партнерстве с малым бизнесом

Aboutamazon.com, 26.06.2023

/новость

Программа Amazon Hub Delivery позволит местному бизнесу, такому как кофейни или химчистки, дополнительно зарабатывать до \$27 000 в год, доставляя заказы в своих сообществах.

Партнеры Amazon Hub Delivery получают посылки каждое утро и могут осуществлять ежедневную доставку в удобное для них время, исходя из рабочего графика своего бизнеса и используя имеющийся у них персонал. В среднем партнеры получают 30 посылок в день.

Amazon опробовал программу в сельских районах США и теперь планирует ее масштабировать, а также перенести в крупные города с плотной застройкой, такие как Нью-Йорк, Лос-Анджелес, Сиэтл и Бостон. К концу 2023 года компания намерена привлечь 2500 партнеров в 23 штатах: цветочные магазины, кофейни, бутики одежды, заправочные станции, парикмахерские и т.п.



Источник:

[Amazon launches Amazon Hub Delivery to empower local businesses across the U.S.—here's how it works](#)

# Почтовые службы Казахстана и Эстонии будут совместно развивать e-commerce

Kazpost.kz, 26.06.2023

/новость

Казпочта и национальный оператор почты Эстонии Omniva подписали меморандум о сотрудничестве в сфере электронной коммерции.

Компании намерены обеспечить безопасную доставку посылок с маркетплейсов за счет транзитного потенциала Казахстана, операционного коммерческого опыта Казпочты, доступа к глобальным клиентам и партнерам, центрам доставки и приема Omniva в странах ЕС и США.

Отмечается, что Казпочта и Omniva стремятся к стратегическому сотрудничеству как будущих ведущих региональных игроков на рынке электронной коммерции в Центральной Азии и Европе.



У Казпочты достаточно развитая экосистема для электронной коммерции: бондовый склад, 208 супермаркетов посылок по стране, более 3500 курьеров, сервис виртуальных адресов, собственное мобильное приложение. Статус экономического уполномоченного оператора Казпочты дает возможность экономить время и ресурсы при таможенной очистке.

Источник:

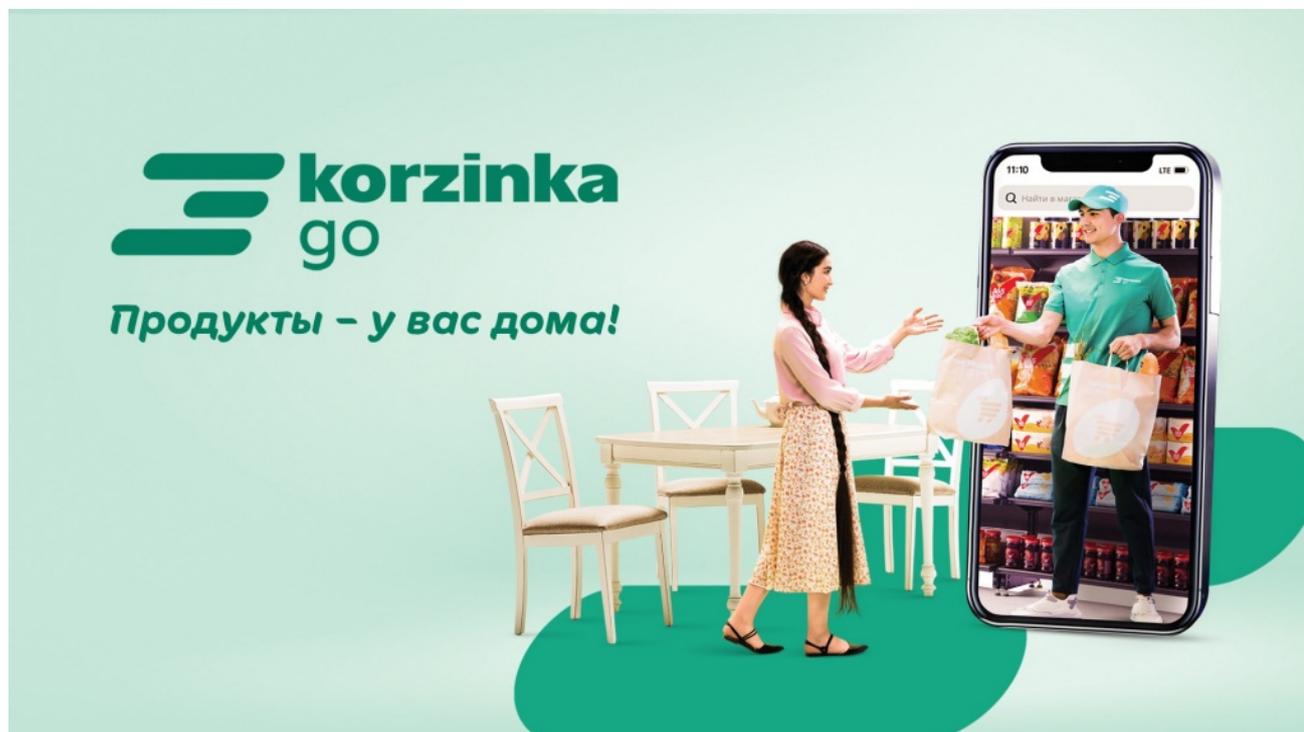
[Почтовые службы Казахстана и Эстонии будут совместно развивать электронную коммерцию](#)

# Сеть «Корзинка» в Узбекистане запустила онлайн-супермаркет Korzinka Go

Korzinka.uz, 26.06.2023

/новость

«Корзинка», одна из крупнейших розничных сетей Узбекистана, запустила собственный онлайн-супермаркет и сервис доставки под новым брендом Korzinka Go. На старте услуга доступна в Ташкенте, в дальнейшем планируется запуск и в других городах.



Возможность заказать продукты онлайн появилась в «Корзинке» в 2005 году, когда компания поменяла название на korzinka.uz. Это был первый онлайн-супермаркет в Узбекистане. В 2017 году было решено передать услугу партнерскому сервису Lebazar. В 2022 году «Корзинка» выкупила компанию и начала работы по обновлению всей бизнес-модели.

В сервисе представлен весь ассортимент сети с доставкой в течение двух часов во всех районах Ташкента. «Корзинка» также запускает два даркстора полного цикла.

Этот формат будет первым в своем роде в Узбекистане. Он рассчитан на 15 тыс. товаров, что является самым большим предложением в стране в продуктах питания и товарах для дома.

Источник:

[«Корзинка» запустила собственный онлайн-супермаркет Korzinka Go](#)

# Продажи американских маркетплейсов вырастут на 10,2% в 2023 г.

Insiderintelligence.com, 30.06.2023

/исследование

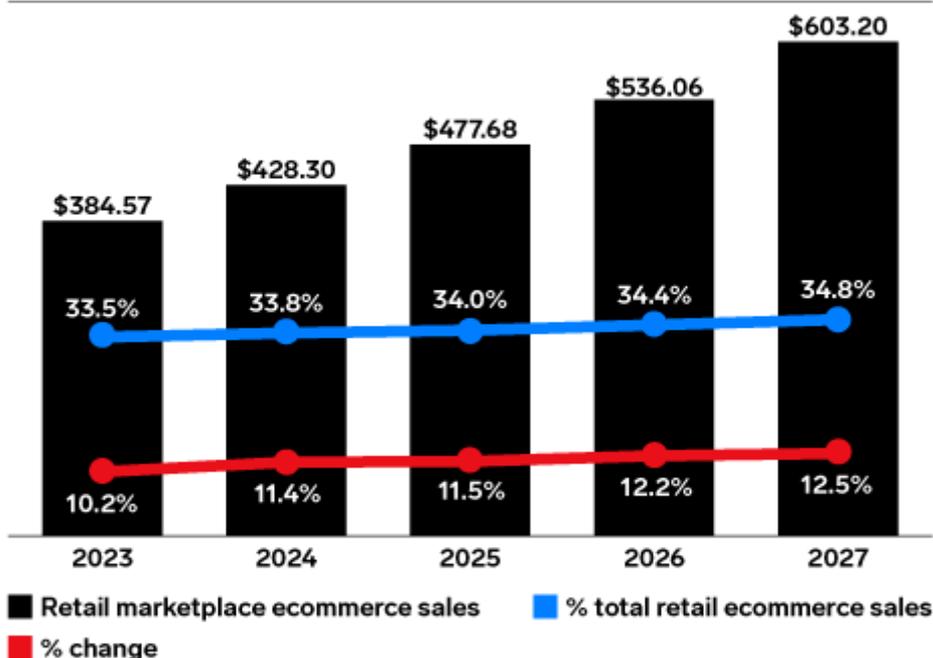
Согласно оценкам Insider Intelligence, в этом году розничные продажи американских маркетплейсов вырастут на 10,2% и составят \$384,57 млрд.

Прогноз для трех крупнейших маркетплейсов:

- Продажи маркетплейса Amazon в США составят \$277,91 млрд или 65% от общего объема розничных онлайн-продаж компании.
- Продажи маркетплейса eBay в США составят \$35,41 млрд. Компания расширила услуги аутентификации, чтобы улучшить свой бизнес в сегменте предметов роскоши. Однако eBay теряет пользователей, а модель C2C ограничивает возможности.
- Маркетплейс Walmart увеличит продажи на 12,6% до \$8,57 млрд.

## US Retail Marketplace Ecommerce Sales, 2023-2027

billions, % change, and % total retail ecommerce sales



Note: represents the gross value of products sold by third-party sellers on a retail marketplace platform; excludes first-party sales on these platforms; excludes travel and event tickets; excludes food services and drinking place sales

Source: eMarketer, March 2023

281784

eMarketer | InsiderIntelligence.com

Источник:

[How marketplaces from Amazon, eBay, and Walmart compare](#)



# Жители Люксембурга предпочитают трансграничный онлайн-шопинг

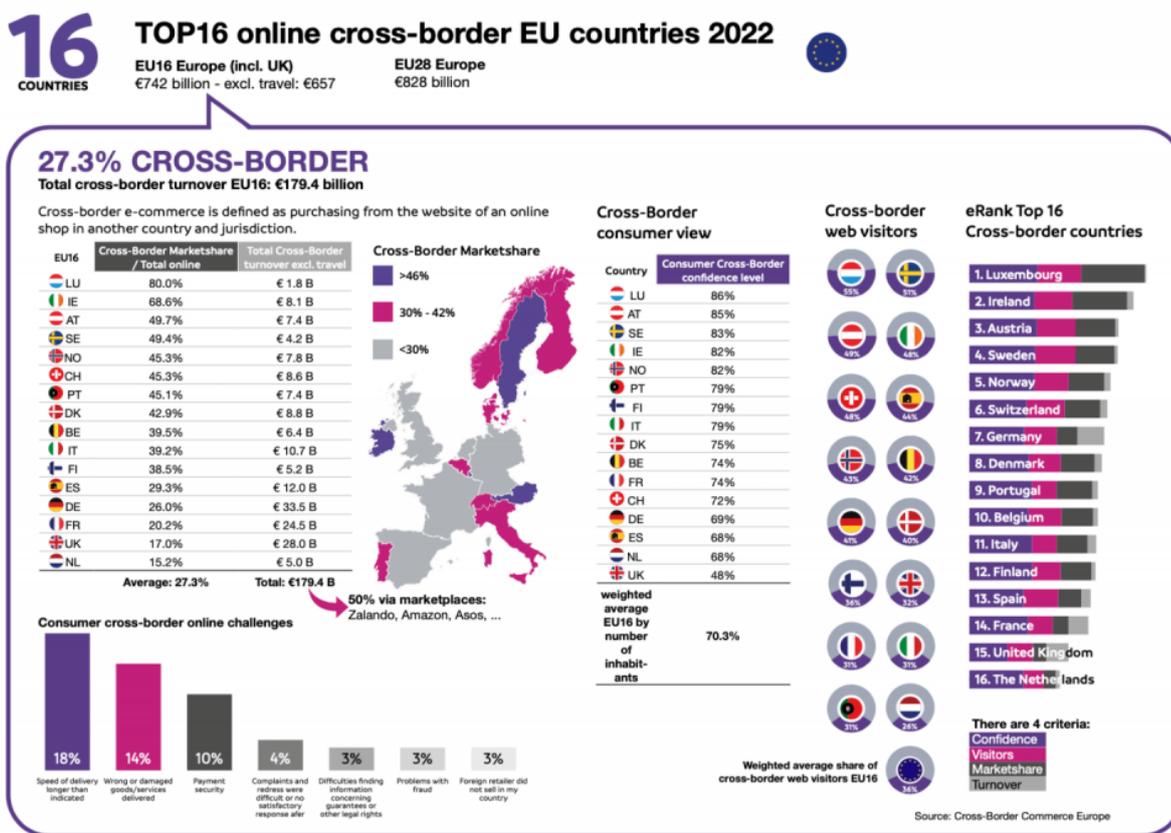
Cbcommerce.eu, 28.06.2023

/исследование

Согласно данным CBCommerce, общий оборот трансграничного онлайн-рынка стран ЕС-16 в 2022 году составил 179,4 млрд евро (без учета путешествий). Исследование сравнивает долю кросс-бордера (онлайн-покупок в других странах), доверие потребителей к трансграничному шопингу и процент трансграничных веб-посетителей.

Люксембург занимает первое место среди анализируемых стран с точки зрения доли трансграничных покупок в общем объеме рынка e-commerce — 80% в 2022 году. Общий трансграничный товарооборот страны составил 1,8 млрд евро. Уровень доверия потребителей к шопингу за границей очень высок (86%), они активно совершают покупки на Zalando, Asos, Veepee, FNAC и Amazon (.de и .fr).

Великобритания имеет наибольший трансграничный оборот — 28 млрд евро (-4%), однако доля кросс-бордера составляет 17%. Нидерланды занимают последнюю позицию в рейтинге с долей трансграничного рынка 15,2% или 5 млрд евро. Голландцы не так часто покупают товары за рубежом, что можно объяснить наличием сильных местных магазинов, таких как Bol.com, Coolblue, Wehkamp и AH. Когда потребители все же решают делать покупки за границей, они часто обращаются к Zalando.



Powered by

Source: Cross-Border Commerce Europe

Источник:

5th edition of the "TOP 16 Countries Cross-Border Europe": an annual ranking that identifies the top 16 European countries



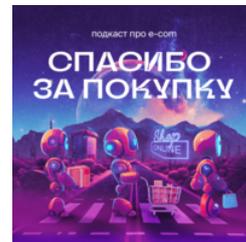
# Подкасты о e-commerce

## Спасибо за покупку

### Бонус сезона! Каким будет ритейл будущего? // X5

Выпуск с Иваном Мельником, директором по технологическому развитию бизнеса в X5. Сфокусировались сразу на главном — на инновациях в ритейле: онлайн&офлайн. Иван смело назвал российский рынок ритейла одним из передовых в мире и рассказал про цифровизацию и про то, как это влияет на чек корзины и скорость принятия решения о покупке.

**Слушать:** [Podcast.ru](https://podcast.ru)



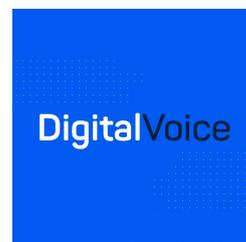
---

## Digital Voice

### E-commerce в METRO — сочетание B2B и B2C — Павел Домнин

METRO Cash&Carry — это образцовая международная сеть, которая работает одновременно в двух направлениях: B2B для магазинов, NORECA и других оптовых покупателей, а также в B2C для широкого круга покупателей. Не так давно компания отменила правила о необходимости обязательного владения картой оптового покупателя. Поговорили с директором по развитию E-commerce Павлом Домниным про то, как компания управляет двумя витринами, а также какие планы вынашивает на развитие сильных СТМ.

**Слушать:** [Podcast.ru](https://podcast.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
- 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](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.