

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2024 / № 7

19 Февраля 2024 - 25 Февраля 2024

В выпуске:

Россия:

Data Insight: Чек-лист готовности к интернет-торговле в России

Яндекс, Wildberries, Ozon — самые дорогие компании Рунета

Ozon развивает направление Fashion

«Детский мир» запустил доставку «по клику»

Генеральным директором «Магнит Маркета» назначен Константин Измайлов

Сервис доставки горячей еды Сгоряча от ВкусВилл выходит в офлайн

Lamoda инвестирует в развитие сети собственных ПВЗ

Онлайн-продажи Sokolov увеличились на 120% по итогам 2023 г.

Роскачество определило лучшие приложения для доставки продуктов

Весь мир:

Uzum Tezkor стал доступен в Самарканде

Компания Etsy отчиталась о рекордной выручке в IV кв. 2023 г.

Walmart нарастил глобальные онлайн-продажи на 23% в IV кв. фингода

Потребители доверяют электронной коммерции, но беспокоятся

Наиболее высокая средняя стоимость заказа — в Израиле

Wildberries: «Прогноз для узбекского рынка очень оптимистичный»

Подкасты и видео



Россия:

Data Insight: Чек-лист готовности к интернет-торговле в России

Datainsight.ru, 25.02.2024

/новость

Data Insight представляет отчет «Готовность к интернет-торговле в России. Чек-лист выхода в онлайн для производителей товаров и оптовых компаний».

300+ вопросов, на которые полезно будет ответить себе бизнесу перед запуском торговли товарами в интернете. Вопросы снабжены комментариями, подводками и имеют пояснения.

100+ страниц по своему содержанию и наполненности сопоставимы с хорошим онлайн-курсом по настройке продаж в интернете с той лишь разницей, что просмотр курса занимает десятки часов, а чтение отчета 1,5-2 часа, ну а домашнее задание делать придется в каждом случае для получения результата и достижения своих целей.

Цель исследования: показать алгоритм шагов, явные и неявные процессы для компаний, которые приняли решение выйти на рынок онлайн-торговли, аспекты и особенности продаж товаров через интернет.

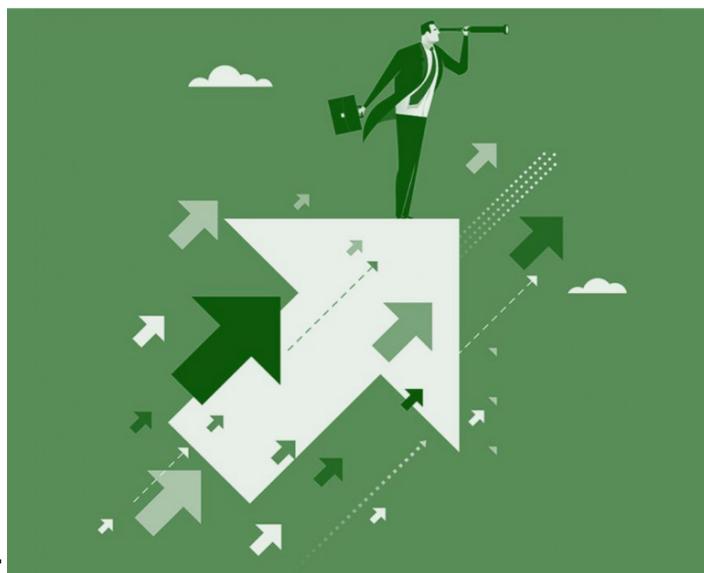
ЗАКАЗАТЬ ОТЧЕТ

Источник:

[Готовность к интернет-торговле в России. Чек-лист выхода в онлайн для производителей товаров и оптовых компаний](#)

Готовность к интернет-торговле в России

Чек-лист выхода в онлайн для производителей товаров и оптовых компаний



Сентябрь 2022

DIDataInsight



Яндекс, Wildberries, Ozon — самые дорогие компании Рунета

Forbes.ru, 22.02.2024

/новость

Forbes представил рейтинг самых дорогих компаний Рунета — 2024. В него вошли компании, чья выручка формируется в интернете. Стоимость публичных компаний равна их капитализации на Московской бирже и зафиксирована на 1 февраля 2024 года.

Яндекс остается наиболее дорогой российской интернет-компанией стоимостью \$12,5 млрд. Wildberries сохранил 2-е место с оценкой \$7,2 млрд. В 2023 году маркетплейс приблизился к Яндексу, а сейчас едва не уступил свою позицию Ozon (\$7 млрд).

На сегмент маркетплейсов пришлось около 46% стоимости топ-30 российских интернет-компаний. В 2023 году их выручка в среднем выросла на 64%, а стоимость — на 20%.

#	Название	Стоимость	Руководитель
1.	 Яндекс Экосистема	12.5 млрд \$	Артем Савиновский
2.	 Wildberries Маркетплейс	7.2 млрд \$	Татьяна Бакальчук
3.	 Ozon Торговля	7 млрд \$	коллегиальный орган управления
4.	 Avito IT	3.4 млрд \$	коллегиальный орган управления
5.	 1C Информационные технологии	2.8 млрд \$	Борис Нуралиев

Источник:

[Лидеры рейтинга самых дорогих компаний Рунета — 2024](#)

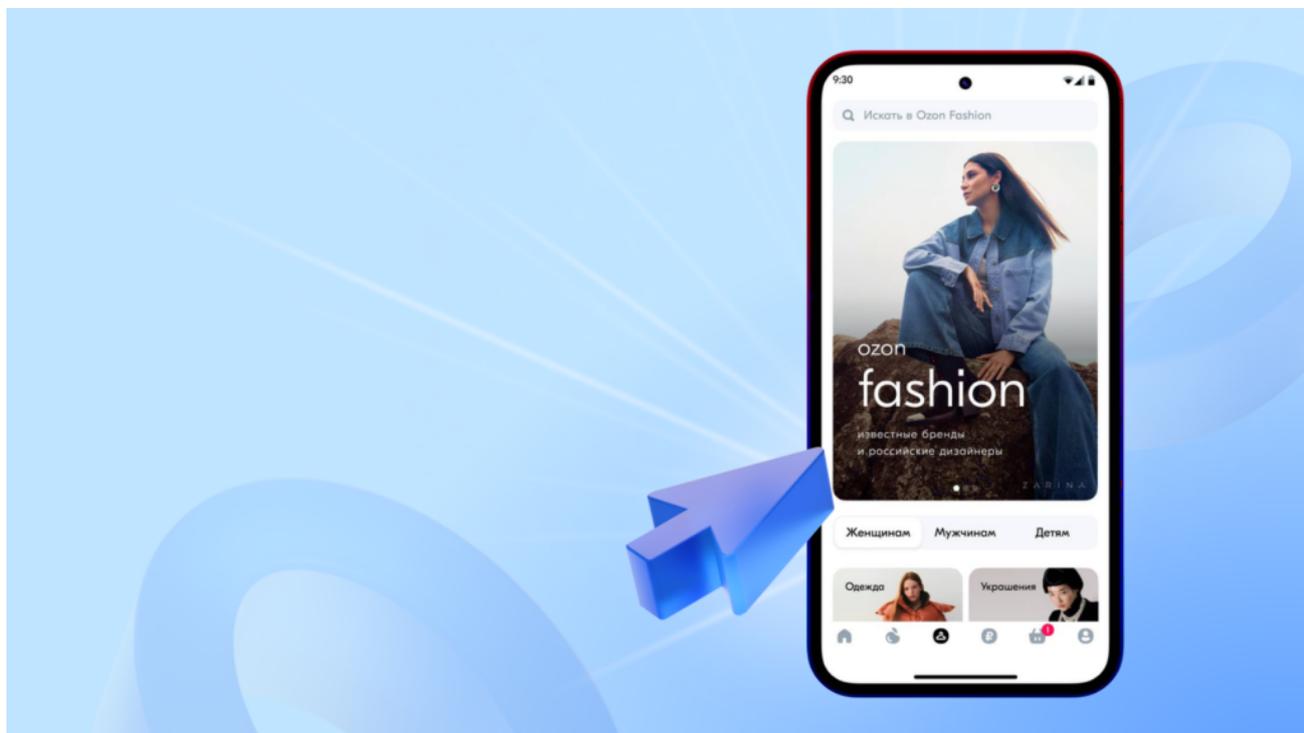


Ozon развивает направление Fashion

Corp.ozon.ru, 21.02.2024

/НОВОСТЬ

Ozon запустил новый раздел Ozon Fashion с товарами известных международных брендов и российских дизайнеров. Клиентам будут по-прежнему доступны оплата после примерки и бесплатные возвраты.



«Развитие направления Fashion является для нас приоритетом на этот год. Уже сейчас Ozon занимает второе место среди онлайн-площадок в категории Fashion», — отмечает директор по развитию бизнеса Ozon Fashion Илоанга Ершова. По ее словам, в прошлом году оборот категории Fashion на Ozon вырос в 2,5 раза.

Одежду, обувь и аксессуары на Ozon продают более 180 тыс. предпринимателей и брендов — в этом году компания намерена расширить их число еще в 1,5 раза. Одежду и обувь на площадке покупают уже более 25 млн покупателей, что на 60% больше, чем в 2022-м.

Весь ассортимент категории одежда, обувь и аксессуары проходит тщательную проверку, а для раздела Ozon Fashion проводится дополнительная проверка документов на бренды для существующих и для новых продавцов.

Источник:

[Ozon запустил новый раздел проверенных брендов — Ozon Fashion](#)

«Детский мир» запустил доставку «по клику»

Т.ме, 21.02.2024

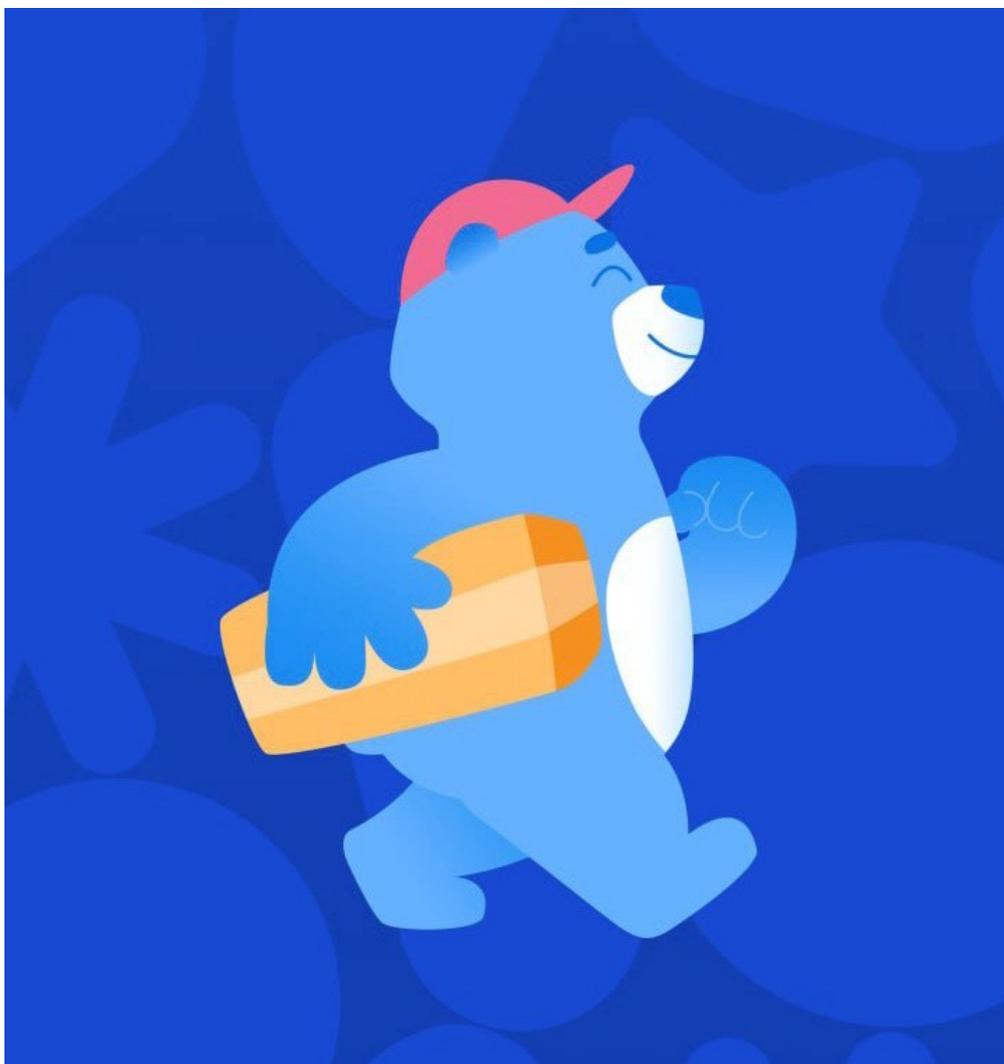
/новость

Услуга доступна для онлайн-заказов, оформленных через мобильное приложение «Детского мира» для самовывоза из магазина и имеющих статус «готов к выдаче». Покупатель может получить заказ в любой удобный временной интервал или в течение двух часов в зоне доставки.

В октябре 2023 года «Детский мир» запустил услугу в пилотном режиме для всех пользователей мобильного приложения. Сейчас «доставка по клику» осуществляется из более чем 950 магазинов сети по всей России.

С момента запуска услугой воспользовались уже более 18 тыс. покупателей. В ближайшее время «доставка по клику» станет доступна и для пользователей веб-версии.

За 2023 год «Детский мир» доставил более 40 млн интернет-заказов, что на 17% больше показателей предыдущего года.



Источник:

«Детский мир» запустил услугу курьерской доставки онлайн-заказов «по клику»

Генеральным директором «Магнит Маркета» назначен Константин Измайлов

Magnit.com, 20.02.2024

/новость

Константин Измайлов будет отвечать за формирование и реализацию стратегии «Магнит Маркета», создание привлекательного ценностного предложения, развитие инфраструктуры площадки и ее масштабирование на географию «Магнита». Под его руководством продолжится интеграция KazanExpress и ребрендинг площадки в «Магнит Маркет».

До прихода в «Магнит» Константин Измайлов работал директором по данным (CDO) Яндекс Лавки, а ранее занимал аналогичную позицию в Delivery Club, где, в частности, отвечал за интеграцию бизнеса с сервисом Яндекс Еда.

В «Магните» Константин Измайлов будет подчиняться директору по электронной коммерции розничной сети Гюванчу Донмезу. Основатель и бывший генеральный директор KazanExpress Линар Хуснуллин принял решение покинуть компанию.



Источник:

[«Магнит» объявляет о назначении генерального директора маркетплейса «Магнит Маркет»](#)

Сервис доставки горячей еды Сгоряча от ВкусВилл выходит в офлайн

Telegra.ph, 20.02.2024

/новость

Сгоряча открыл 8 фудкорнеров в Москве, Санкт-Петербурге, Сочи, Ставрополе, Коврове и Нижнем Новгороде. Дополнительный сервис появился на площадке магазинов сети ВкусВилл и в торговых центрах.

«Офлайн — новый виток для развития проекта и дополнительная ценность для покупателей», — комментирует лидер проекта Сгоряча Сергей Павлов.

Сгоряча — это «тёмные кухни» (дарккитчен), располагающиеся на дарксторах ВкусВилла, на них готовят свежие блюда по заказам покупателей. Сегодня открыто более 100 дарккитчен. Во ВкусВилле проект Сгоряча по итогам 2023 года стал самым быстрорастущим: выручка выросла на 116% и составила более 1,8 млрд руб. В доставке готовые блюда собственного производства есть уже в каждом 10 чеке.



Источник:

Тёмные кухни выходят в свет: Сгоряча от ВкусВилл открывает фудкорнеры

Lamoda инвестирует в развитие сети собственных ПВЗ

Forbes.ru, 19.02.2024

/новость

В 2024 году Lamoda увеличит на 50% количество своих пунктов выдачи, рассказал Forbes генеральный директор компании Максим Гришаков. Сейчас у Lamoda около 800 ПВЗ, к концу года Lamoda намерена довести их количество до 1200. Пункты будут открываться по всей стране.

По словам **Сергея Семко**, ведущего аналитика направления «Логистика» **Data Insight**, объем инвестиций очень сильно зависит от того, какой вариант расширения сети ПВЗ Lamoda будет использоваться. Если компания и дальше будет делать ставку на построение сети собственных ПВЗ, то это означает инвестиции в открытие одного ПВЗ в диапазоне от 1,5 до 5 млн руб. Это включает в себя расходы на поиск помещений, привлечение, договорную работу, ремонт помещений, оборудование мест хранения, закупку техники, системы безопасности и прочие издержки.



При таком уровне инвестиций общая сумма вложений в расширение сети может составить от 600 млн до 2 млрд руб. в зависимости от выбранных локаций и уровня затрат на каждый пункт. Это без учета регулярных платежей на аренду, оплату труда и коммунальных расходов.

«Если пойти по пути Wildberries и OZON и развивать франшизу с брендированием, по крайней мере для неприоритетных локаций (небольшие города, периферия мегаполисов), то это позволяет сократить затраты для интернет-ритейлера на один ПВЗ до 0,5-1,5 млн руб. Теоретически есть и ещё более бюджетный вариант с открытием ПВЗ по франшизе без брендирования, но крайне маловероятно, что Ламода пойдет по этому пути — вариант не подходит под позиционирование ритейлера», — отмечает Сергей.

Источник:

[Lamoda инвестирует в развитие сети собственных пунктов выдачи](#)

Онлайн-продажи Sokolov увеличились на 120% по итогам 2023 г.

Retail.ru, 19.02.2024

/новость

Оборот ювелирного холдинга Sokolov в 2023 году вырос на 59% и достиг 51 млрд руб.

Интернет-продажи через web-сайт, мобильное приложение и маркетплейсы выросли на 120% до 18,5 млрд руб. Продажи через собственные онлайн-каналы выросли на 88% до 9,2 млрд руб., а через маркетплейсы — в 3 раза до 9,3 млрд руб.



Источник:

Оборот ювелирного холдинга Sokolov вырос за 2023 год на 59%

Роскачество определило лучшие приложения для доставки продуктов

Rskrf.ru, 22.02.2024

/исследование

В январе 2024 года Центр цифровой экспертизы Роскачества провел исследование наиболее популярных мобильных приложений для доставки продуктов. Лучшими приложениями на обеих платформах стали Перекресток Впрок гипермаркет и ВкусВилл: доставка продуктов.

Перекресток Впрок гипермаркет

Преимущества:

- Оплата наличными
- Раздел с промокодами

Недостатки:

- Нельзя оставить комментарий к заказу
- Нет уведомлений о поступлении товаров

ВкусВилл: доставка продуктов

Преимущества:

- Просмотр наличия нужных продуктов в ближайшем магазине
- Отзывы публикуются без модерации

Недостатки:

- Заказ менее 500 рублей будет принят в зависимости от магазина и его загруженности
- Мало фильтров

В топ-5 также вошли приложения СберМаркет: Доставка продуктов, Мегамаркет: Маркетплейс, Перекресток доставка продуктов.

Источник:

[Топ-5 приложений для доставки продуктов](#)

ИТОГОВЫЙ РЕЙТИНГ ПРИЛОЖЕНИЙ

android			iOS		
	ПЕРЕКРЕСТОК ВПРОК	4,58 ★★★★★		ПЕРЕКРЕСТОК ВПРОК	4,57 ★★★★★
	ВКУСВИЛЛ	4,54 ★★★★★		ВКУСВИЛЛ	4,49 ★★★★★
	СБЕРМАРКЕТ	4,50 ★★★★★		СБЕРМАРКЕТ	4,44 ★★★★★
	МЕГАМАРКЕТ	4,38 ★★★★★		ПЕРЕКРЕСТОК ДОСТАВКА	4,42 ★★★★★
	ПЕРЕКРЕСТОК ДОСТАВКА	4,34 ★★★★★		OZON	4,40 ★★★★★
	OZON	4,34 ★★★★★		АШАН	4,30 ★★★★★
	ПЯТЕРОЧКА	4,32 ★★★★★		МЕТРО	4,28 ★★★★★
	АШАН	4,31 ★★★★★		ПЯТЕРОЧКА	4,22 ★★★★★
	МЕТРО	4,31 ★★★★★		МЕГАМАРКЕТ	4,20 ★★★★★
	МАГНИТ	4,22 ★★★★★		ЛЕНТА	4,18 ★★★★★
	ЯНДЕКС ЕДА	4,10 ★★★★★		МАГНИТ	4,12 ★★★★★
	ЯНДЕКС ЛАВКА	4,09 ★★★★★		ДЕЛИВЕРИ	4,12 ★★★★★
	ДЕЛИВЕРИ	4,07 ★★★★★		ЯНДЕКС ЕДА	4,10 ★★★★★
	САМОКАТ	4,07 ★★★★★		САМОКАТ	4,07 ★★★★★
	ЛЕНТА	3,99 ★★★★★		УТКОНОС	4,04 ★★★★★
	УТКОНОС	3,94 ★★★★★		ЯНДЕКС ЛАВКА	3,79 ★★★★★



Весь мир:

Uzum Tezkor стал доступен в Самарканде

T.me, 23.02.2024

/новость

Сервис доставки из кафе, ресторанов и магазинов Uzum Tezkor работает уже в 4 городах Узбекистана: Ташкенте, Андижане, Фергане и Самарканде.

Партнерами сервиса в Самарканде стали сети Evos, KFC, Oqtera Lavash, Yaronamata, а также заведения T-Bone Pizza, La Esmeralda, Avesto и др. В перспективе у жителей города появится возможность заказать товары из супермаркетов с быстрой доставкой от Uzum Tezkor.



«Рынок доставки растет и развивается очень быстро: по опыту Ташкента и других городов, мы видим, что доставка у некоторых заведений уже занимает 20-30% от общего числа заказов. При этом большая часть заказов с доставкой приходится на новых клиентов — а значит, позволяет бизнесу еще быстрее расти», — отмечает коммерческий директор Uzum Tezkor Андрей Ковакин.

Источник:

[Самарканд, встречай!](#)

Компания Etsy отчиталась о рекордной выручке в IV кв. 2023 г.

Investors.etsy.com, 21.02.2024

/новость

По итогам IV кв. 2023 года консолидированные продажи компании Etsy составили \$4 млрд, снизившись на 0,7% год к году. Продажи маркетплейса Etsy сократились на 1,4% до \$3,6 млрд. Число активных покупателей увеличилось на 3%, достигнув нового рекордного максимума в 92 млн.

Консолидированная выручка достигла рекордных \$842,3 млн, что на 4,3% больше, чем в IV кв. 2022 года. Уверенный рост был обусловлен в первую очередь ростом доходов от рекламы на Etsy и платежей. Консолидированная чистая прибыль составила \$83,3 млн, снизившись на 24%.

Fourth Quarter and Full Year 2023 Financial Summary

(in thousands, except percentages; unaudited)

The financial results of Elo7 have been included in our consolidated financial results until August 10, 2023 (the date of sale). The GAAP and non-GAAP financial measures and key operating metrics we use are:

	Three Months Ended December 31,		% (Decline) Growth Y/Y	Year Ended December 31,		% (Decline) Growth Y/Y
	2023	2022		2023	2022	
GMS (1)	\$ 4,007,404	\$ 4,033,782	(0.7) %	\$13,161,196	\$13,318,396	(1.2) %
Revenue	\$ 842,322	\$ 807,241	4.3 %	\$ 2,748,377	\$ 2,566,111	7.1 %
Marketplace revenue	\$ 615,795	\$ 600,158	2.6 %	\$ 1,997,190	\$ 1,910,887	4.5 %
Services revenue	\$ 226,527	\$ 207,083	9.4 %	\$ 751,187	\$ 655,224	14.6 %
Gross profit	\$ 586,565	\$ 581,466	0.9 %	\$ 1,919,702	\$ 1,821,519	5.4 %
Operating expenses	\$ 471,107	\$ 442,122	6.6 %	\$ 1,639,861	\$ 2,480,079	(33.9) %
Net income (loss) (2)	\$ 83,266	\$ 109,548	(24.0) %	\$ 307,568	\$ (694,288)	144.3 %
Net income (loss) margin	9.9 %	13.6 %	(370) bps	11.2 %	(27.1)%	3,830 bps
Adjusted EBITDA (Non-GAAP)	\$ 235,514	\$ 227,219	3.7 %	\$ 754,311	\$ 716,882	5.2 %
Adjusted EBITDA margin (Non-GAAP)	28.0 %	28.1 %	(10) bps	27.4 %	27.9 %	(50) bps
Active sellers (3)	9,035	7,470	21.0 %	9,035	7,470	21.0 %
Active buyers (3)	96,483	95,076	1.5 %	96,483	95,076	1.5 %
Percent mobile GMS	68 %	67 %	100 bps	68 %	67 %	100 bps
Percent GMS ex-U.S. Domestic (1)	45 %	44 %	100 bps	45 %	44 %	100 bps

Источник:

[Etsy, Inc. Reports Fourth Quarter and Full Year 2023 Results](#)



Walmart нарастил глобальные онлайн-продажи на 23% в IV кв. фингода

Corporate.walmart.com, 20.02.2024

/новость

В IV кв. 2024 финансового года глобальные онлайн-продажи Walmart увеличились на 23%. В США рост составил 17%, а в международном сегменте — 44%, чему способствовали маркетплейс и омниканальные предложения. По итогам фингода онлайн-продажи превысили \$100 млрд.

Консолидированная выручка компании в IV кв. выросла на 5,7% до \$173,4 млрд, а по итогам всего фингода — на 6% до \$648,1 млрд.



Источник:

[Walmart Releases Q4 and FY24 Earnings](#)

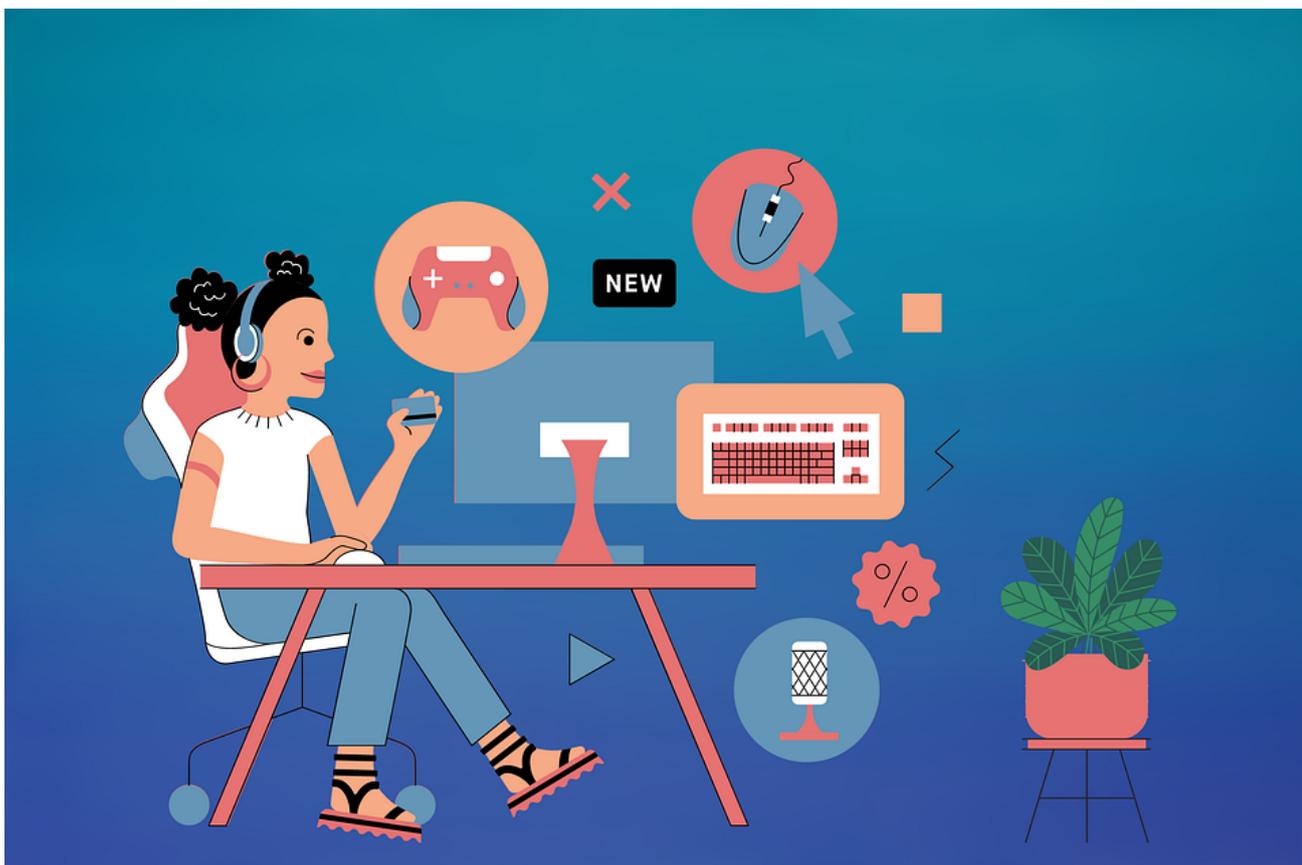


Потребители доверяют электронной коммерции, но беспокоятся

Chainstoreage.com, 21.02.2024

/исследование

Согласно глобальному опросу*, проведенному страховой компанией Chubb, 85% потребителей доверяют маркетплейсам социальных сетей. Тем не менее, большое количество продавцов не доверяют соцсетям, когда дело касается управления запасами (75%), обработки возвратов и возвратов (69%), доставки и выполнения заказов (67%), обработки платежей (65%).), а также безопасности и конфиденциальности (58%).



Потребители также обеспокоены. Три четверти респондентов, совершавших покупки онлайн через платформы электронной коммерции и социальных сетей, столкнулись с финансовым мошенничеством, а 55% потеряли платежи из-за сбоев. Почти 8 из 10 потребителей во всем мире говорят, что безопасность платежной платформы является их главной заботой.

42% часто получают поврежденные товары, заказанные через платформы электронной коммерции и социальные сети. 7 из 10 потребителей хотели бы иметь страховое покрытие онлайн-покупок, главным образом для защиты электроники, бытовой техники, тренажеров и одежды.

**500 потребителей и 525 онлайн-продавцов*

Источник:

[Survey: Consumers trust e-commerce, but have concerns](#)

Наиболее высокая средняя стоимость заказа — в Израиле

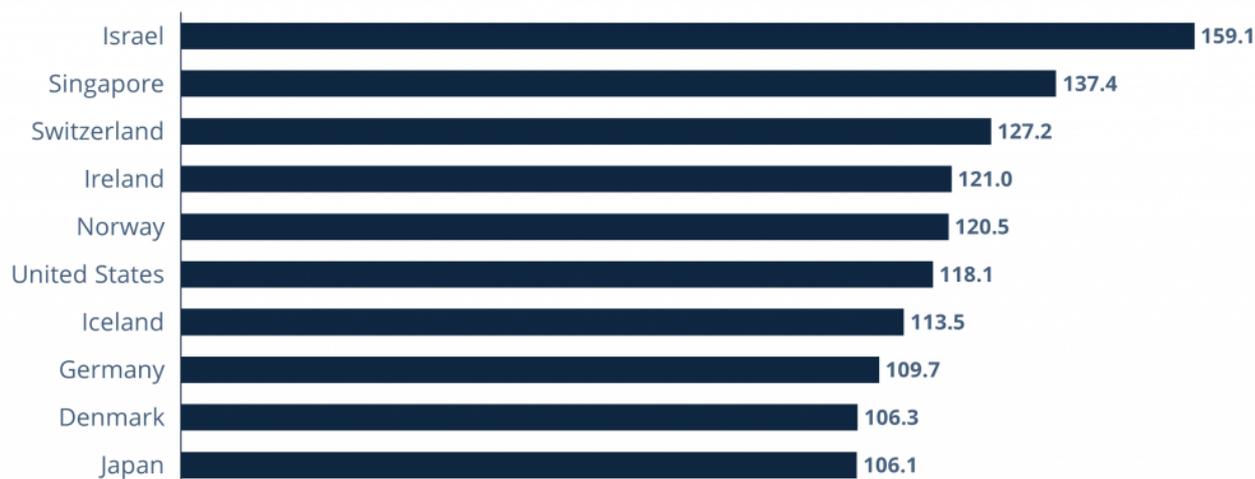
Ecommercedb.com, 19.02.2024

/исследование

Израиль — страна с самой высокой средней стоимостью заказа (AOV) в мире: она последовательно выросла со \$131 в 2020 году до \$159,1. В Израиле наблюдается самый быстрый рост AOV (21%) за этот период времени.

COUNTRIES WITH THE HIGHEST AVERAGE ORDER VALUE (AOV), 2023

in US\$



Notes: After the deduction of discounts and returns, excluding VAT. Exchange rates as of February 2024.
Sources: ECDB.

[ECDB](#)

Далее следует Сингапур, где стоимость заказа достигает \$137,4. В 2020 году показатель составлял \$120,8. На третьем месте — AOV Швейцарии: в 2023 году составил \$127,2, восстановившись после небольшого падения в 2021 году и превзойдя показатель 2020-го.

Китай, крупнейший в мире рынок электронной коммерции, не фигурирует в топ-10. Анализ AOV Китая с 2020 по 2023 год показывает последовательное снижение: с \$90,2 до \$84,9. В Китае насчитывается более 800 млн интернет-пользователей, значительная часть которых делает онлайн-покупки.

Электронная коммерция в стране поддерживается обширной логистической сетью, обеспечивающей эффективную доставку заказов, и мощной системой мобильных платежей с высоким уровнем проникновения. В городах более низкого уровня отсутствие розничной инфраструктуры подталкивает потребителей к онлайн-торговле, предлагая им больше разнообразия и выбора. Эта схема благоприятствует большому объему транзакций с потенциально более низкой стоимостью отдельных заказов.

Источник:

[Which Country Has the Highest Average Order Value? Market Analysis & Strategy](#)



Wildberries: «Прогноз для узбекского рынка очень оптимистичный»

Fintech-retail.com, 23.02.2024

/мнение

Электронная коммерция в Узбекистане пока на начальном этапе развития, но в целом прогноз для рынка очень оптимистичный, [рассказал](#) FinTech & Retail CA Сардор Кадыров, директор по взаимодействию с органами власти Wildberries в Узбекистане.

Наблюдается быстрое развитие не только маркетплейсов, но и сопутствующих сервисов, например, финтех-продуктов и логистики. Уже через пять лет можно будет увидеть развитую складскую инфраструктуру в стране.



Объем продаж Wildberries

Показатели работы компании:

- В прошлом году через площадку продано узбекской продукции на \$400 млн — практически 1/3 всего экспорта готовой продукции в Узбекистане.
- Рост активных заказов увеличивается в среднем на 30% ежемесячно.
- В 2023 году количество продавцов узбекской продукции превысило 2000, число ПВЗ превысило сотню точек.
- Основное в планах — это экспорт. Во-вторых, нужно наращивать внутренние продажи. В-третьих, ввод новой инфраструктуры — не только ПВЗ, но и сортировочных центров.

Источник:

[Wildberries: «Прогноз для узбекского рынка очень оптимистичный»](#)

Подкасты и видео

Борис Преображенский | ПрактикаDays

Как развивается «Поставщик счастья». Дмитрий Коробицын

Разговор о том, как меняется бизнес «Поставщика счастья», о новом направлении, о дропшиппинге, росте маркетплейсов и многом другом.

Смотреть: [YouTube](#)



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.