

# Рынок электронной торговли

## Новостной мониторинг

---

Выпуск 2024 / № 8

26 Февраля 2024 - 03 Марта 2024

### **В выпуске:**

#### **Россия:**

«Маркетплейсы 2024: тренды, стратегии, точки роста» — доклад Федора Вирина

Data Insight: Еженедельная оценка рынка eGrocery

«Магнит» запускает B2B-сервис доставки для ресторанов и ритейла

«Самокат» удвоил оборот в 2023 г.

Оборот СберМаркета вырос в 1,6 раза в 2023 г.

Онлайн-продажи «585\*ЗОЛОТОЙ» увеличились на 89% в 2023 г.

Авито: 73% россиян покупают и продают на ресейл-платформах

ВЦИОМ: 7 из 10 россиян хотя бы раз делали покупки на маркетплейсах в 2023 г.

#### **Весь мир:**

Uzum тестирует сервис покупки автомобилей

Выручка Otto Group от электронной коммерции упала на 9% в 2023/24 г.

E-commerce составила 22% от общего объема ритейла в США в 2023 г.

Ассоциация электронной коммерции Узбекистана будет сотрудничать с НАПП

Kaspi и Wildberries доминируют среди торговых онлайн-площадок Казахстана

Более 60% интернет-пользователей в Китае покупали онлайн в 2023 г.

Айканыш Сапаралиева, Glovo: «В Кыргызстане идет активное развитие e-com»

#### **Подкасты и видео**



# «Маркетплейсы 2024: тренды, стратегии, точки роста» — доклад Федора Вирина

Datainsight.ru, 01.03.2024

/новость

28 февраля партнер Data Insight Федор Вирин выступил с докладом «Маркетплейсы 2024: тренды, стратегии, точки роста» на конференции «Селлеры и маркетплейсы 2024».

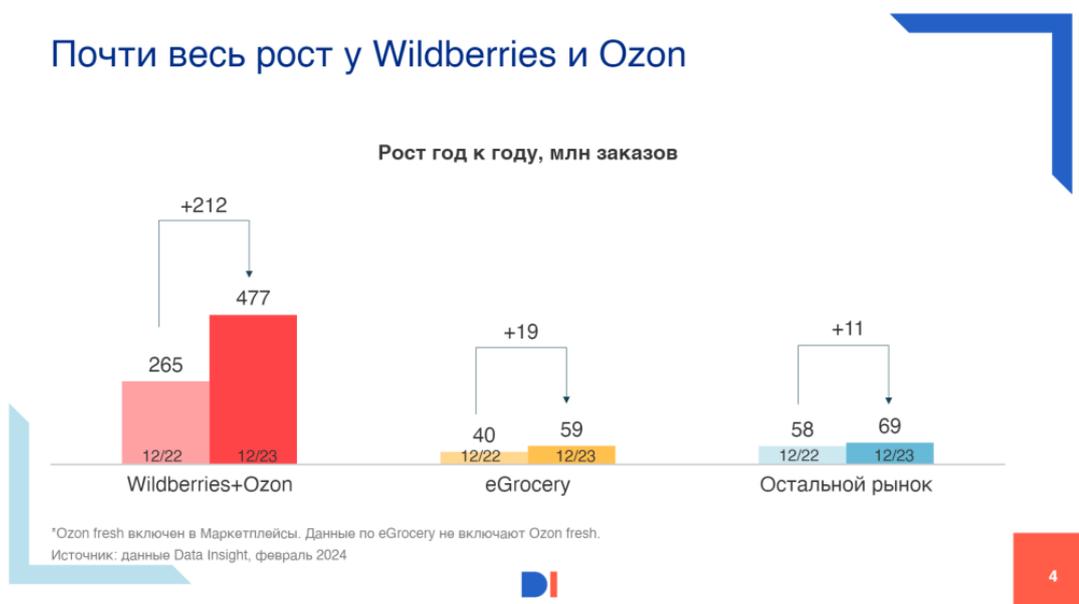
В 2024 году одним из ключевых шагов к успешной стратегии роста является вхождение в электронную торговлю с использованием маркетплейсов.

Доклад посвящен тому, как меняется структура рынка, какое место маркетплейсы занимают в экосистеме eCommerce и как это может повлиять на продавцов.

## Место Маркетплейсов в экосистеме eCommerce

- Универсальные маркетплейсы — главные драйверы роста рынка eCommerce. Так, в 2023 году количество заказов на маркетплейсах составило 4076 млн штук из 5142 млн штук во всем eCommerce.
- Доля двух крупнейших маркетплейсов Wildberries и Ozon в 2023 году выросла до 76% с 67% в 2022 году. За год количество заказов на Wildberries и Ozon выросло на 212 млн штук (с декабря 2022 г. по декабрь 2023 г.).
- Нишевые маркетплейсы — недооцененный сегмент рынка. У них есть свое уникальное место на рынке, которое им еще только предстоит занять. Оно не может быть занято другими типами игроков, несмотря на то, что этот сегмент в России пока находится на начальном этапе своего развития. В 2023 году объем рынка нишевых маркетплейсов вырос на 27% и составил почти 600 млрд рублей. Согласно нашим прогнозам, при сохранении текущих темпов развития этот рынок может достичь 1 трлн рублей к 2026 году.

## Почти весь рост у Wildberries и Ozon



Источник:

Маркетплейсы 2024: тренды, стратегии, точки роста

# Data Insight: Еженедельная оценка рынка eGrocery

Datainsight.ru, 28.02.2024

/новость

Наблюдая большой интерес к получению актуальной информации, отражающей динамику рынка eGrocery, **Data Insight** проводит регулярное исследование «Еженедельная оценка рынка eGrocery», в котором представлены данные количества заказов у основных игроков рынка по понедельно.

## Основные игроки рынка eGrocery:

- Самокат
- ВкусВилл
- Яндекс Лавка
- СберМаркет
- Delivery Club
- Пятёрочка
- Перекрёсток
- Яндекс.Еда
- Лента

\*возможно добавление дополнительных игроков по запросу.



Данный отчет позволяет моментально отслеживать краткосрочную динамику рынка, что, в свою очередь, дает возможность оценить и увеличить эффективность запущенных маркетинговых активностей.

На сегодняшний день это единственное исследование на рынке, показывающее текущие данные игроков.

[Купить отчёт](#)

Источник:

[Еженедельная оценка рынка eGrocery](#)

# «Магнит» запускает B2B-сервис доставки для ресторанов и ритейла

Magnit.com, 01.03.2024

/новость

«Магнит» запускает сервис доставки на «последней миле» для других продовольственных и непродовольственных магазинов, ресторанов и кафе.

Доставят заказы покупателям курьеры «Магнит Доставки». Подключение партнеров к новому сервису позволит курьерам «Магнита» увеличить количество выполняемых заказов и повысить доходы в 1,5–2 раза. Сервис будет доступен на всей географии «Магнит Доставки».



Ожидается, что первыми партнерами «Магнита» станут сетевые компании, работающие на рынке общепита. К новому сервису также будет подключена розничная сеть «Дикси», а в перспективе — маркетплейс «Магнит Маркет».

В планах — до конца года реализовать функционал, который позволит подключаться к сервису предприятиям малого и среднего бизнеса.

Источник:

[«Магнит» запускает сервис доставки на «последней миле» для ресторанов и ритейла](#)

# «Самокат» удвоил оборот в 2023 г.

Tass.ru, 28.02.2024 18:14:00

/новость

По результатам 2023 года оборот сервиса «Самокат» составил 165,3 млрд руб. Динамика увеличения данного показателя составила 101% по сравнению с 2022 годом, сообщает ТАСС. Среднее количество заказов в день выросло на 57% — до 544 тыс. Средний чек повысился на 34% до 833 руб.

В IV кв. оборот сервиса в годовом выражении увеличился в 2,2 раза — до 58,3 млрд руб. Среднее количество заказов в день увеличилось на 49,6% — до 598 тыс., а средний чек вырос до 1,06 тыс. руб.



Источник:

[«Самокат» в 2023 году удвоил свой оборот](#)

# Оборот СберМаркета вырос в 1,6 раза в 2023 г.

Sostav.ru, 26.02.2024

/новость

Оборот онлайн-сервиса доставки продуктов и товаров СберМаркет в 2023 году увеличился в 1,6 раза, составив 165,6 млрд руб. с НДС и промо. Число доставленных заказов выросло в 1,8 раза до 65,9 млн, количество активных клиентов — в 1,6 раза.

СберМаркет начал доставлять заказы еще в 200 российских городов и сейчас доступен более чем в 360 населенных пунктах страны. Число подключенных к сервису магазинов и ресторанов в 2023 году выросло в 2,4 раза год к году, превысив 65 тыс. точек.

Оборот рекламной платформы СберМаркета Ads Platform вырос в 2,7 раза по сравнению с 2022 годом. Число клиентов увеличилось в 1,8 раза. Оборот B2B-направления сервиса возрос в 2,4 раза.



Источник:

Оборот «СберМаркета» в 2023 году составил почти 166 млрд рублей



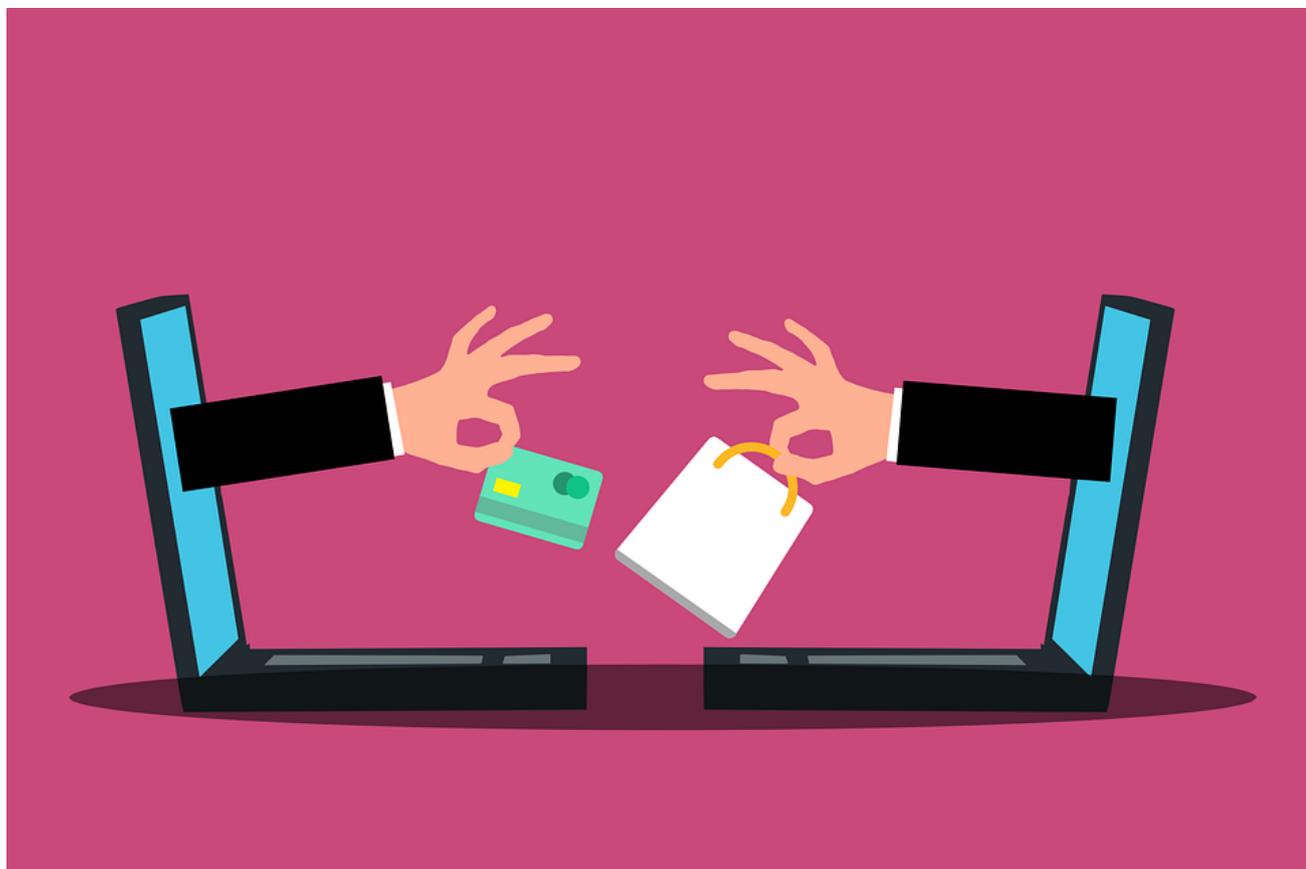
# Авито: 73% россиян покупают и продают на ресейл-платформах

Vc.ru, 01.03.2024

/исследование

Согласно исследованию Авито, 73% опрошенных россиян готовы покупать товары у частных продавцов на ресейл-платформах, а 68% — имеют опыт продажи на подобных площадках.

- Среди опрошенных в возрасте от 18 до 24 лет покупать товары «с рук» не против 83%, а среди респондентов старше 65 лет таких 54%.
- Среди наиболее популярных товаров, которые россияне готовы приобрести таким образом: мебель и предметы интерьера (36%), книги (32%), электроника и гаджеты (28%), спортивное снаряжение (24%).
- Одна из главных причин покупок в ресейле — экономия (52% респондентов).
- Среди тех, кто приобретал товары «с рук» в прошлом году, 21% потратили на покупки более 10 000 за этот период.



Источник:

[73% россиян покупают и продают на ресейл-платформах](#)

# ВЦИОМ: 7 из 10 россиян хотя бы раз делали покупки на маркетплейсах в 2023 г.

Wciom.ru, 28.02.2024

/исследование

Согласно [опросу](#) ВЦИОМ, в 2023 году хотя бы раз совершали покупку на маркетплейсах 71% россиян. Отсутствует подобный опыт у 28%.

Поговорим о маркетплейсах. Это интернет-платформы, на которых продаются товары различных категорий от разных поставщиков. Например, Озон, Вайлдберриз, Яндекс.Маркет и другие. Скажите, пожалуйста, Вы совершали или не совершали покупку на маркетплейсах хотя бы один раз за прошлый 2023 год?

(закрытый вопрос, один ответ, в % от всех опрошенных)

|                      | Все опрошенные | Мужской | Женский | 18-24 года | 25-34 года | 35-44 года | 45-59 лет | 60 лет и старше |
|----------------------|----------------|---------|---------|------------|------------|------------|-----------|-----------------|
| Да                   | 71             | 68      | 74      | 94         | 93         | 83         | 73        | 43              |
| Нет                  | 28             | 32      | 25      | 6          | 7          | 17         | 27        | 56              |
| Затрудняюсь ответить | 1              | 0       | 1       | 0          | 0          | 0          | 0         | 1               |

Чаще покупки на маркетплейсах совершают женщины (74% vs. 68% мужчин), граждане с высшим и неоконченным высшим образованием (80%), горожане (69-81% vs. 64% жителей сел), а также активные интернет-пользователи (88% vs. 21% активных телезрителей). Наибольшей популярностью онлайн-шопинг пользуется у 18-34-летних (93-94%).

Самая популярная категория товаров на интернет-площадках — одежда и обувь: чаще всего в 2023 году их заказывали 47% из числа имеющих опыт покупок на маркетплейсах.

Главными критериями выбора товара на маркетплейсе являются отзывы других покупателей и стоимость товара (65% и 52% соответственно в группе имеющих опыт покупок на маркетплейсах за последний год).

Россияне, имеющие недавний опыт покупок на маркетплейсах, в большинстве своем склонны делать заказы у разных продавцов (73%).

Источник:

[Маркетплейсы в России: новая эра электронной торговли](#)



## Весь мир:

# Uzum тестирует сервис покупки автомобилей

Uz.kursiv.media, 29.02.2024

/новость

На Uzum Market в тестовом режиме запущен сервис покупки автомобилей — Uzum Auto. Пока к покупке доступны машины дилеров из Ташкента. В перспективе планируется расширение дилерской сети на всю страну и привлечение частных.

Uzum Avto проверяет документы дилеров и отвечает за то, что все представленные автомобили есть в наличии, а их описание и фото соответствуют действительности.

Пользователи сервиса могут связаться с дилером напрямую, чтобы обсудить детали покупки. В будущем появится возможность получения кредита у банков-партнеров площадки.



Источник:

[На Uzum Market теперь можно купить автомобили](#)

# Выручка Otto Group от электронной коммерции упала на 9% в 2023/24 г.

Ottogroup.com, 27.02.2024

/новость

Учитывая продолжающуюся неблагоприятную экономическую ситуацию, глобальная выручка Otto Group от электронной коммерции в текущем 2023/24 финансовом году упала примерно на 9% до чуть менее 10,8 млрд евро, согласно первоначальным прогнозам.



Однако ожидается, что операционная рентабельность улучшится в соответствии со стратегическим планированием. Группа розничной торговли и услуг продолжит инвестировать в логистику, ИТ и клиенториентированные решения в области искусственного интеллекта.

Ассоциация электронной коммерции и дистанционной торговли Германии (BEVH) сообщила о падении онлайн-продаж в стране на 11,8% в 2023 календарном году.

Источник:

[Otto Group cannot completely sidestep the negative trend overshadowing the e-commerce market, but still improves operating profitability](#)



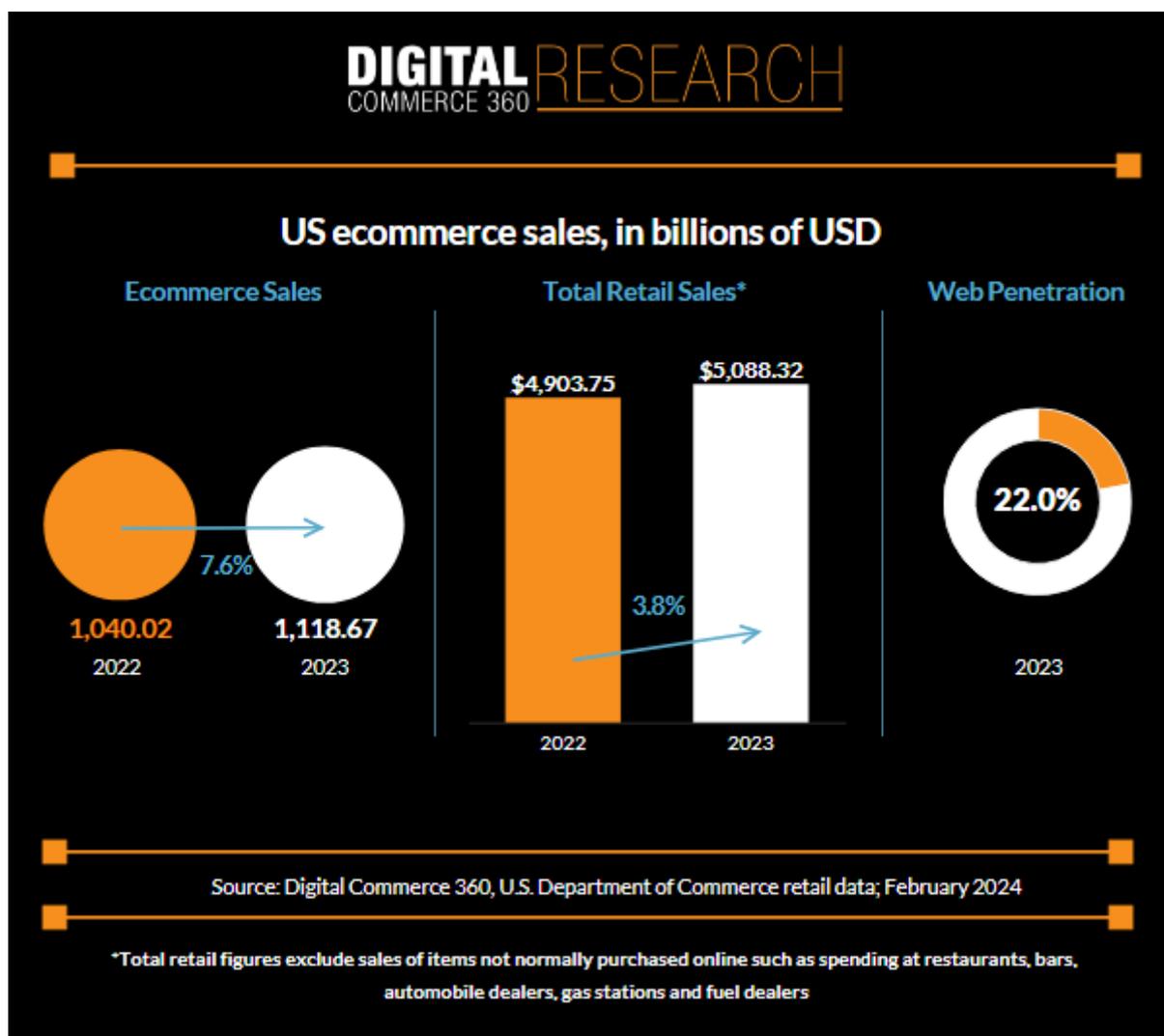
# Е-commerce составила 22% от общего объема ритейла в США в 2023 г.

Digitalcommerce360.com, 26.02.2024

/новость

В 2023 году в США электронная торговля достигла 22% от общего объема розничных продаж. Для сравнения: в 2022 году проникновение составило 21,2%. Доля e-commerce в США росла как минимум на 0,2 п.п. в годовом исчислении с 2000 года. Самый медленный рост наблюдался в период с 2007 по 2008 год (с 5,1% до 5,3%) и с 2021 по 2022 год (с 21% до 21,2%).

Объем электронной коммерции в США в 2023 году вырос на 7,6% до примерно до \$1,119 трлн, а общий объем розничных продаж — на 3,8% до \$5,088 трлн. Это резко контрастирует с вызванным пандемией бумом электронной коммерции в США, в результате которого онлайн-продажи выросли на 42,8% по сравнению с 2019 годом, тогда как общий объем розничных продаж — на 7,8%.



Источник:

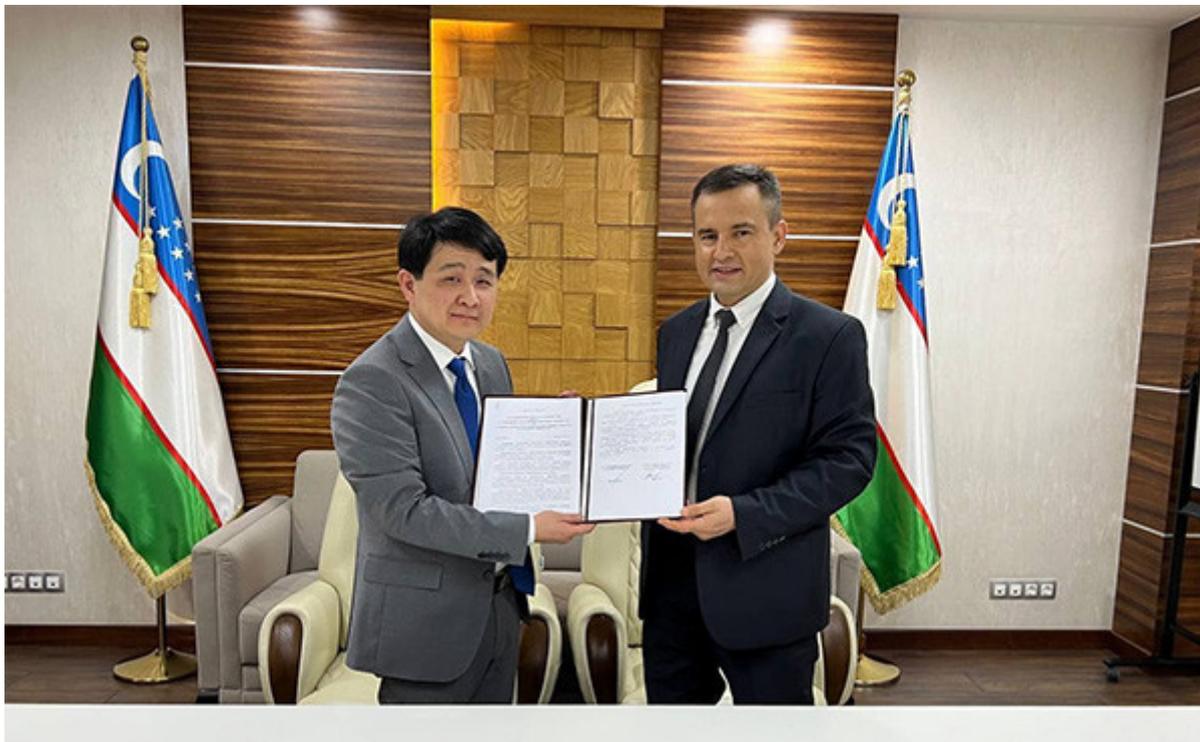
[US ecommerce sales penetration hits new high](#)

# Ассоциация электронной коммерции Узбекистана будет сотрудничать с НАПП

Uzdaily.uz, 26.02.2024

/новость

Национальное агентство перспективных проектов Республики Узбекистан и Ассоциация электронной коммерции Узбекистана подписали меморандум о взаимопонимании и сотрудничестве.



Документ направлен на установление сотрудничества в области развития электронной коммерции с целью обеспечения устойчивого экономического роста страны и превращения цифровой экономики в основной двигатель развития.

В планах — улучшение законодательства для обеспечения устойчивого экономического роста и развития цифровой экономики. Кроме того, предусмотрена реализация совместных проектов, направленных на развитие электронной коммерции в Узбекистане, увеличение объемов экспорта товаров и услуг, а также выход предпринимателей на рынки других стран.

Источник:

[НАПП и Ассоциация электронной коммерции Узбекистана подписали меморандум о взаимопонимании и сотрудничестве](#)

# Каспи и Wildberries доминируют среди торговых онлайн-площадок Казахстана

Gov.kz, 26.02.2024

/исследование

Агентство по защите и развитию конкуренции Республики Казахстан проанализировало состояние конкуренции на рынке услуг предоставления доступа к электронным торговым площадкам в целях розничной реализации товаров.

- В состав субъектов рынка вошли 9 электронных торговых площадок, оказывающие платные услуги розничным продавцам, расположенных в Республике Казахстан. Исследуемый рынок услуг является высококонцентрированным с неразвитой конкуренцией.
- По итогам 2021 года ТОО «Каспи Магазин» занимает доминирующее положение с долей более чем 35%.
- По итогам 2022 года и I полугодия 2023 года ТОО «Каспи Магазин» ТОО «ИМВБКЗ» (Wildberries) занимают доминирующее положение по совокупной доле более чем 50%.

*Расчет долей электронных торговых площадок по итогам первого полугодия 2023 года:*

| № | Наименование субъекта рынка           | Доля, %    | НИИ*         |
|---|---------------------------------------|------------|--------------|
|   | ТОО «Каспи Магазин»                   | 77,1       | 5943         |
| 1 | ООО «Интернет Решения» (Ozon)         | 0,2        | 0,0          |
| 2 | ТОО «ИМВБКЗ» (Wildberries)            | 17,2       | 295,5        |
| 3 | ТОО «Jusan Mart» (Jusan Market)       | 4,5        | 20,4         |
| 4 | ТОО «Halyk Finservice» (Halyk Market) | 0,5        | 0,3          |
| 5 | ТОО «INDEX» (Forte Market)            | 0,5        | 0,2          |
| 6 | ООО «Купишуз» (Lamoda)                | 0,0        | 0,0          |
|   | <b>Итого</b>                          | <b>100</b> | <b>6 260</b> |

\* индекс Герфиндаля – Гиршмана (НИИ)

Источник:

Заключение по итогам проведенного анализа состояния конкуренции на рынке услуг предоставления доступа к электронным торговым площадкам в целях розничной реализации товаров



# Более 60% интернет-пользователей в Китае покупали онлайн в 2023 г.

Datareportal.com, 26.02.2024

/исследование

Согласно исследованию We Are Social и Meltwater, 61,1% китайских пользователей интернета в возрасте от 16 до 64 лет еженедельно совершали онлайн-покупки товаров или сервисов в 2023 году. Кроме того, 31,8% заказывали онлайн продукты, а 12,1% — приобретали подержанные вещи.

Категории с наибольшим объемом онлайн-продаж в Китае в 2023 году:

- электроника — \$358,4 млрд (+18,5% год к году)
- мода — \$229,8 млрд (+4,3%)
- еда — \$147,3 млрд (+3,4%)



Источник:  
Digital 2024: China



# Айканыш Сапаралиева, Glovo: «В Кыргызстане идет активное развитие e-com»

Fintech-retail.com, 26.02.2024

/мнение

Айканыш Сапаралиева, которая привлекла инвестиции компании Glovo в Кыргызстан, управляла развитием ее бизнеса с момента основания и недавно перешла на аналогичную должность в Казахстане, в интервью порталу Fintech & Retail CA [обсудила](#) положение дел в электронной коммерции и перспективы e-кома в обеих странах.



- В Кыргызстане идет активное развитие e-commerce. Около 10–15% населения уже активно пользуются доставкой. Направление eGrocery, или Qcommerce, развивается быстрее, чем доставка еды, хотя его доля пока невелика. Это направление в e-commerce очень низкомаржинальное и операционно сложное.
- В Glovo запустили один из первых дарксторов «Glovo Express» в Кыргызстане. Сегодня доставка из даркстора занимает уже около 4–5% от всех заказов Glovo. В этом году в планах запустить еще один даркстор.
- Казахстан по уровню электронной коммерции, по обороту рынка электронной коммерции занимает 50% всего рынка Центральной Азии.
- В Казахстане уже три даркстора: два в Алматы, один в Астане. Их число будет постепенно увеличиваться.
- В Казахстане пенетрация электронной коммерции — 20%. Glovo сейчас представлена в 14 городах.

Источник:

[Glovo Казахстан: «Нужно очень много работать над сервисом, для того чтобы развивать eCommerce»](#)

# Подкасты и видео

## Борис Преображенский | ПрактикаDays

### Как дела у Petshop.ru

### Что противопоставить маркетплейсам? Сергей Иванов

Поговорили о Petshop, маркетинге, противостоянии маркетплейсам и много другом с Сергеем Ивановым, директором по маркетингу Petshop.

**Смотреть:** [YouTube](#)



практика  
\_days



# 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.

