

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2024 / № 19

03 Июня 2024 - 09 Июня 2024

В выпуске:

Россия:

Data Insight: 62,3 млн заказов выполнили на рынке eGrocery в апреле 2024 г.

Data Insight: Карта «Экосистема электронной торговли — 2024»

Data Insight: Рынок розничного онлайн-импорта в Россию 2024

Люди, меняющие ритейл 2024: Яна Лютаревич, Divan.ru

Каждый пятый продавец на Ozon — из Китая

Сеть «Эльдорадо» подключилась к сервису СберМаркет

Ozon запускает новую модель продаж для недорогих товаров

«Магнит Маркет» расширил сеть пунктов выдачи заказов до 1000 точек

Яндекс Еда: Рынок доставки готовой еды превысит 600 млрд руб. в 2024 г.

Россияне предпочитают традиционные визиты в супермаркеты онлайн-шопингу

Омск, Красноярск, Новосибирск — лидеры по росту оборотов на маркетплейсах

Сергей Беляков, Ozon: «Мы работаем в интересах покупателя»

Весь мир:

Tesco запускает маркетплейс

Decathlon тестирует в Бельгии сервис перепродажи подержанных товаров

SHEIN запускает в Европе и Великобритании ресейл-платформу

Маркетплейсы остаются главными драйверами роста e-com в Казахстане

На рынке онлайн-продажи мебели в Европе доминируют Amazon и IKEA

Объем онлайн-коммерции услуг в Казахстане достиг 1602,6 млрд тенге в 2023 г.

Подкасты и видео



Россия:

Data Insight: 62,3 млн заказов выполнили на рынке eGrocery в апреле 2024 г.

Datainsight.ru, 06.06.2024

/новость

Data Insight анонсирует **новый выпуск** ежемесячного бюллетеня, посвященного развитию eGrocery в России. В нем раскрываются основные цифры, характеризующие рынок онлайн-продажи продуктов за апрель 2024 года.

Основные выводы:

- В апреле 2024 года интернет-магазины и сервисы доставки продуктов питания выполнили **62,3 млн** заказов (здесь и далее без учета продаж универсальных маркетплейсов с несрочной доставкой), что на **6%** меньше, чем в марте 2024 года, и на **36%** больше, чем в апреле 2023 года.
- В апреле 2024 года среднесуточное количество заказов составило **2 077 тыс.**, на **3%** меньше, чем в марте 2024 года.
- Data Insight предполагает, что рынок eGrocery по итогам 2024 года составит **811 млн** заказов и **1,2 трлн** рублей.

1.1. Количество заказов в апреле

#05_2024 (апрель)



62,3 млн
в апреле



-6%
к марту



+36%
к апрелю 2023

В среднем в сутки **2 077 тыс. заказов** (-3% к марту 2024 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



2

[Подписаться на Бюллетень eGrocery](#)

Источник:

Выпуск eGrocery бюллетеня май 2024



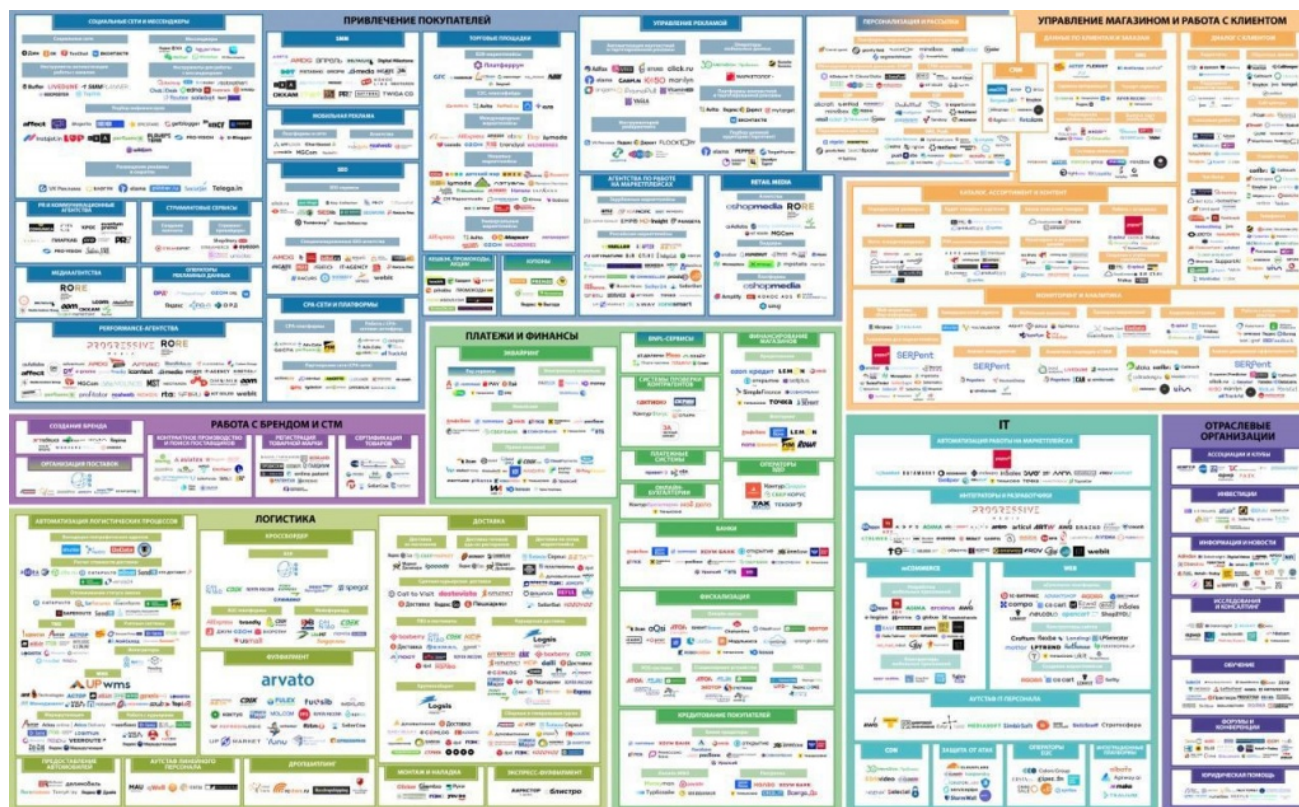
Data Insight: Карта «Экосистема электронной торговли — 2024»

Datainsight.ru, 05.06.2024

/новость

Data Insight совместно с **Oborot.ru**, при поддержке **GBS** и **ЮMoney** подготовили новую карту рынка услуг для eCommerce — **Экосистема электронной торговли России 2024**.

Экосистема электронной торговли — это ежегодный продукт Data Insight в виде карты, которая показывает наиболее востребованные на рынке услуги и ключевых игроков.



В Экосистему 2024 года входят 920 проектов, а всего на карте можно увидеть 1 333 логотипа. Только каждый шестой проект появляется больше, чем в одной категории. Это значит, что большинство игроков закрепились в своих нишах. Карту пополнили

117 новых игроков, а лидером среди блоков по приросту проектов уже второй год остается «Привлечение покупателей». В новой карте это в основном обусловлено обогащением категории с торговыми площадками, а также появлением биддеров в категории Retail Media.

Реклама. Рекламодатели: ООО «Глобальные Брокерские Решения», ООО НКО «ЮМАНИ».

Источник:

Карта «Экосистема электронной торговли — 2024»



Data Insight: Рынок розничного онлайн-импорта в Россию 2024

Datainsight.ru, 04.06.2024

/новость

Data Insight совместно с компанией **GBS** представляют исследование «**Рынок розничного онлайн-импорта в Россию**».

В 2023 году объем продаж розничного онлайн-импорта в России составил **313 млрд** рублей — **3,96%** от объема продаж внутрироссийской онлайн-торговли. Число заказов достигло **174 млн** штук, что составляет **3,38%** от общего числа посылок в российской электронной коммерции.

В исследовании мы оцениваем размер рынка, показываем структуру и ключевых игроков, говорим о факторах роста и торможения рынка и рассказываем подробно о том, почему потребители покупают онлайн из за границы, что и с какой частотой они покупают, как выбирают площадку и как оценивают свой опыт.



Источник:

Рынок розничного онлайн-импорта в Россию 2024

Люди, меняющие ритейл 2024: Яна Лютаревич, Divan.ru

Datainsight.ru, 04.06.2024

/новость

Data Insight совместно с **Яндекс Пэй** провели серию **интервью**, в которых эксперты из крупнейших компаний России делятся своим взглядом на развитие бизнеса в 2024 году.

Наш первый герой — **Яна Лютаревич**, директор по маркетингу **Divan.ru**

Яна рассказала, как «Диван.ру» прошёл путь от баннера у метро до популярного магазина мебели с технологичной оплатой и поделилась опытом, как вырастить продажи на 20% на том же трафике.



Источник:

Люди, меняющие ритейл 2024. Спецпроект Яндекс Пэй и Data Insight

Каждый пятый продавец на Ozon — из Китая

Vedomosti.ru, 06.06.2024

/новость

Число китайских продавцов на Ozon к концу 2023 года превысило 100 000, рассказал [«Ведомостям»](#) представитель площадки. Всего на площадке около 500 000 продавцов. Большая часть продаж китайских селлеров приходится на мобильные телефоны, компьютеры и видеокарты. Продавцы из Китая также предают одежду, товары для дома и детские товары.

Из всей трансграничной торговли на Ozon 90% приходится на Китай. Для привлечения китайских продавцов в ноябре 2022 году Ozon Global открыл представительство в Шэньчжэне.



Источник:

[Уже каждый пятый продавец на Ozon – из КНР](#)

Сеть «Эльдорадо» подключилась к сервису СберМаркет

Retail.ru, 04.06.2024

/новость

У клиентов «М.Видео-Эльдорадо» появилась возможность заказать бытовую технику онлайн через приложение или сайт СберМаркета. Товар привезут бесплатно в течение двух часов с момента оформления заказа. Доставка до конца июня появится во всех городах присутствия сети.

«В 2023 году бытовая техника и электроника стала самой востребованной категорией в сфере онлайн-торговли, и начало сотрудничества с "Эльдорадо" — серьезный шаг в сторону развития pop-food направления в СберМаркете», — отметил директор по коммерции и развитию бизнеса СберМаркета Владимир Гаман.



Источник:

[Сеть «Эльдорадо» подключилась к сервису доставки «СберМаркет»](#)

Ozon запускает новую модель продаж для недорогих товаров

Corp.ozon.ru, 04.06.2024

/новость

Ozon представил новую схему продаж недорогих востребованных товаров — тариф «Эконом». Предприниматели смогут продавать товары до 500 руб. с минимальными расходами на логистику и продажу. Товары будут представлены на отдельной витрине и обозначены специальной плашкой в поисковой выдаче.



Расходы продавцов на площадке снизятся в среднем в три раза. Товары будут размещаться на складе партиями и отправляться в доставку целиком, когда наберется необходимое количество заказов.

Покупатели продолжают делать заказы поштучно — упаковку разделит Ozon на следующих этапах логистики. Срок доставки зависит от того, когда найдутся клиенты на оставшиеся товары из упаковки.

Тариф будет доступен только для товаров, которые заказывают чаще всего. Тестовая группа начнет работать по новой схеме в конце июня, для всех предпринимателей тариф станет доступен с конца лета.

Источник:

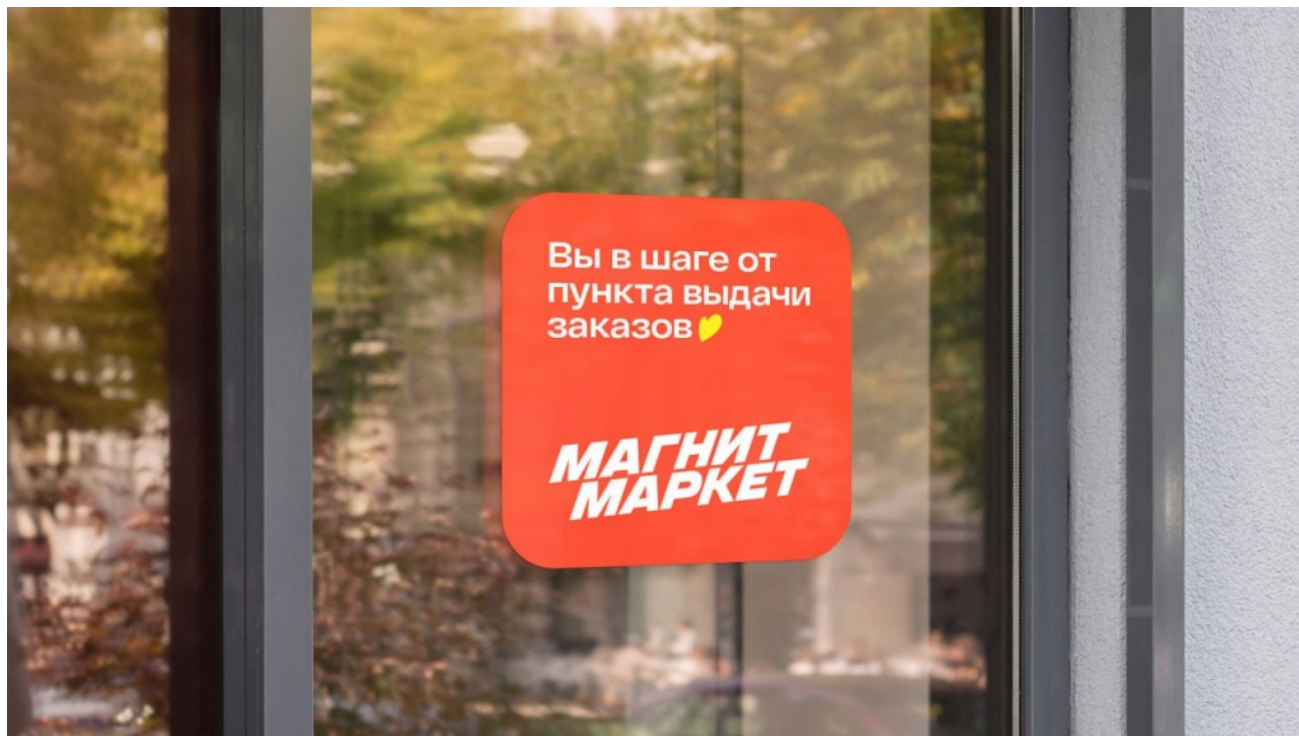
[Эконом: Ozon запустит новый механизм для продажи недорогих товаров](#)

«Магнит Маркет» расширил сеть пунктов выдачи заказов до 1000 точек

Magnit.com, 04.06.2024

/новость

Маркетплейс «Магнит Маркет» вдвое увеличил количество пунктов выдачи заказов до 1000 точек. Половина из них — новые ПВЗ, открытые в магазинах сети «Магнит» с февраля, половина — бывшие ПВЗ KazanExpress.



Пункты выдачи работают в 126 городах. Больше всего открыто в Казани, Самаре, Уфе, Нижнем Новгороде, Перми, а также в Москве — одном из приоритетных для «Магнит Маркета» регионов.

Компания тестирует различные конфигурации ПВЗ в своих магазинах. Большинство пунктов открываются в формате «стол директора»: выдача заказов осуществляется рядом с рабочим местом директора магазина.

После открытия ПВЗ выручка магазинов, вошедших в пул для анализа, увеличилась на 0,5%, а трафик покупателей — на 1,7%.

Источник:

[«Магнит Маркет» расширил сеть ПВЗ до 1 тыс. точек](#)

Яндекс Еда: Рынок доставки готовой еды превысит 600 млрд руб. в 2024 г.

Retail.ru, 06.06.2024

/исследование

Объем рынка доставки готовой еды к концу 2024 года превысит 600 млрд руб., рассказал гендиректор Яндекс Еды и Деливери Евгений Анищенков. За IV кв. 2023 года число заказов в Москве выросло на 38%, а в регионах — более чем на 60%. За последние три года количество заказов в год на одного пользователя увеличилось на 33%.

71% пользователей Яндекс Еды — молодежь до 35 лет. В целом за последние два года количество новых пользователей от 18 до 24 лет выросло на 36%.

Скорость доставки — самый важный фактор при заказе. На него при выборе нового ресторана ориентируются 45% клиентов. При 30-минутной доставке вероятность повторного заказа у пользователей увеличивается на 20%, по сравнению с часовой. При выборе нового ресторана для заказа чаще всего обращают внимание на цены блюд и скидки.

Источник:

[Яндекс Еда: рынок доставки готовой еды в России превысит 600 млрд рублей к концу 2024 года](#)



Россияне предпочитают традиционные визиты в супермаркеты онлайн-шопингу

Rsb.ru, 05.06.2024

/исследование

Статистика Банка Русский Стандарт показала, что в среднем за покупками в супермаркет в офлайне весной отправлялись 12 раз в месяц, а в онлайн — 3,3. Зимой в офлайне среднемесячное число покупок составляло 12,2, а в онлайн — 3,6.

Средний чек онлайн-платежа по картам в супермаркетах весной 2024 года заметно выше, чем в офлайне — 1659 руб. (зимой он был 1928 руб.) против 732 руб. (годом ранее — 774 руб.) соответственно.

В рамках исследования проанализировали количество и средние чеки онлайн- и офлайн-покупок в категории «супермаркеты» по картам Банка Русский Стандарт весной 2024 года и зимой 2023–2024.



Источник:

[Банк Русский Стандарт: весной в супермаркеты отправлялись за покупками в среднем 12 раз в месяц](#)

Омск, Красноярск, Новосибирск — лидеры по росту оборотов на маркетплейсах

Tinkoff.ru, 04.06.2024

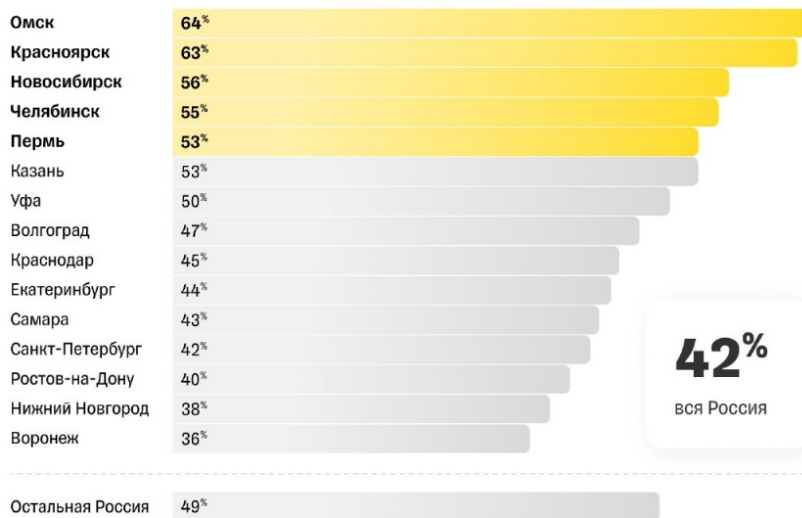
/исследование

По данным Tinkoff eCommerce, за I кв. 2024 года в среднем по России оборот продавцов на маркетплейсах вырос на 42%.

- Омск, Красноярск и Новосибирск вошли в тройку лидеров по росту оборотов на маркетплейсах.
- Количество заказов на маркетплейсах увеличилось во всех городах-миллионниках — средний рост по России составил 38%.
- Почти во всех регионах более половины покупок на маркетплейсах совершаются на Wildberries, за исключением Москвы, Екатеринбурга, Казани и Санкт-Петербурга.
- Интернет-магазины за последний год показали рост оборотов на 7% в среднем по России. Обороты интернет-магазинов растут во всех городах, кроме Волгограда, Уфы и Новосибирска
- Количество покупок в интернет-магазинах сократилось во всех городах, кроме Красноярска, Перми и Самары.

Рейтинг городов-миллионников по росту оборотов на маркетплейсах

Омск, Красноярск и Новосибирск стали лидерами по росту оборотов на маркетплейсах



TINKOFF
Data

Исследование
Tinkoff eCommerce

На основе обезличенных данных Тинькофф,
первый квартал 2024 против первого квартала 2023

Источник:

Исследование Tinkoff eCommerce: Омск, Красноярск и Новосибирск вошли в тройку лидеров по росту оборотов на маркетплейсах



Сергей Беляков, Ozon: «Мы работаем в интересах покупателя»

Ria.ru, 06.06.2024

/мнение

Управляющий директор Ozon Сергей Беляков дал большое [интервью РИА Новости](#) на полях ПМЭФ. Мы выбрали несколько тезисов:

- Вопрос «кто должен регулировать онлайн-коммерцию» вообще неправильный — не так важно, кто автор законопроекта, важно, кто является правоприменителем... Это не Минпромторг и не Минцифры, а федеральные ведомства: ФАС, Роспотребнадзор и другие, у которых уже есть все полномочия для регулирования нашей работы.
- Неправильно рассматривать маркетплейсы как торговые организации, отсюда рождаются неправильные инструменты для регулирования.
- Масштаб основных игроков сейчас таков, что мы уже не можем быть вне специального регулирования.
- Наша концепция — это не иметь собственности того, что можно не иметь собственности. Мы работаем в интересах покупателя, снижаем себестоимость услуги на всех этапах, выбираем наиболее выгодное ценовое предложение.
- У нас доля больше 30% именно на рынке маркетплейсов, а на рынке электронной коммерции, куда входит много компаний из онлайн-торговли, например, доставки еды или онлайн-ритейлеров, она значительно ниже.
- Почему мы еще не показываем прибыль при таких оборотах? Все заработанные деньги мы инвестируем в рост и развитие платформы.
- В среднесрочной перспективе мы продолжим активно инвестировать в развитие, а нашим приоритетом останется эффективность, то есть показывать положительную EBITDA и операционный денежный поток.
- Если говорить о финтехе, то он уже развивается не как часть маркетплейса, а как самостоятельный бизнес: развиваются, например, накопительные счета и вклады. Также в планах страховые продукты для компаний-перевозчиков среди партнеров.



Источник:

[Сергей Беляков: мы хотим быть маркетплейсом, а не интернет-магазином](#)



Весь мир:

Tesco запускает маркетплейс

Retailgazette.co.uk, 04.06.2024

/новость

Сеть супермаркетов Tesco запустила онлайн-маркетплейс, позволяющий клиентам заказать тысячи товаров сторонних производителей при покупке продуктов. В компании считают, что добавление маркетплейса сделает Tesco.com «универсальным магазином всего, что нужно покупателям».

Маркетплейс был запущен с участием 17 продавцов, включая Diegeo, Silentnight, Tefal, Tommee Tippee и Online Home Shop. Фулфилмент будут реализовывать непосредственно партнеры. При этом клиенты Tesco могут накапливать баллы Clubcard за все покупки.



Источник:

[Tesco launches marketplace to become one-stop shop online](#)

Decathlon тестирует в Бельгии сервис перепродажи подержанных товаров

Retaildetail.eu, 03.06.2024

/новость

Decathlon открывает собственный сайт для продажи подержанных товаров. Продавец может устанавливать цену, а Decathlon позаботится о безопасной оплате, разрешении споров и транспортировке.

Сеть соберет тяжелое и крупногабаритное спортивное оборудование прямо у продавца. По словам директора по цифровым технологиям компании Николя Дельтенре, это довольно уникальное явление в онлайн-торговле подержанными товарами.

Бельгия — первая страна, где Decathlon тестирует эту концепцию. Если она окажется успешной, Decathlon распространит ее дальше по всей Европе. В этом случае также станет возможным покупать и продавать подержанное спортивное снаряжение в других странах.



Источник:

[Decathlon trials second-hand platform in Belgium](#)

SHEIN запускает в Европе и Великобритании ресейл-платформу

Sheingroup.com, 03.06.2024

/новость

SHEIN расширяет свою платформу для перепродажи вещей SHEIN Exchange на Европу и Великобританию. SHEIN Exchange — интегрированная онлайн-платформа для покупки и продажи подержанных товаров бренда. Сначала доступ к ней получают пользователи во Франции, далее будут подключены Великобритания и Германия.



SHEIN Exchange была запущена в США в октябре 2022 года. В 2023 году к платформе присоединилось более 4,2 млн новых пользователей. В США размещено уже свыше 115 000 подержанных товаров от более чем 95 000 уникальных продавцов.

В серии исследований, проведенных в сентябре 2023 года, клиенты SHEIN выразили сильное желание интегрировать циркулярную практику в свою повседневную жизнь, при этом пожертвование одежды и перепродажа в интернете стали двумя основными способами.

Источник:

[SHEIN Launches SHEIN Exchange Resale Platform in Europe and the United Kingdom](#)

Маркетплейсы остаются главными драйверами роста e-com в Казахстане

Kz.kursiv.media, 03.06.2024

/исследование

Главными драйверами роста e-commerce в Казахстане остаются маркетплейсы, отмечается в материале «Курсива».

Иностранные онлайн-площадки усиливали свои позиции гораздо стремительнее местных. В денежном выражении они выросли в 3,7 раза, а по числу заказов — в 2,6 раза, в то время как локальные маркетплейсы в деньгах приросли в 1,7 раз, а в заказах — в 2 раза.

Оборот Ozon Казахстан вырос в 5 раз год к году. Клиентскую базу удалось нарастить более чем в 6 раз, количество заказов — в 16 раз. Ozon вышел в лидеры по числу ПВЗ.

В 2023 году компания запустила в Казахстане программу по финансовой поддержке своих франчайзи. На сегодняшний день Ozon насчитывает в Казахстане более 1300 пунктов по всей стране. Это в 27 раз больше, чем в 2022 году.



Программу по поддержке казахстанских франчайзи в 2023 году запустил и Wildberries. С 2022 года по 2023 год количество партнерских ПВЗ Wildberries в Казахстане увеличилось более чем в 8 раз до 348 пунктов. По состоянию на февраль 2024 года маркетплейс имел в Казахстане уже 944 ПВЗ. По итогам минувшего года объем заказов на площадке вырос в 3,3 раза.

В Halyk Market соглашаются, что наибольший рост продемонстрировали международные маркетплейсы с «их агрессивной стратегией выхода на новые рынки и уникальной конкурентоспособной базой товаров».

Различные финансовые инструменты BNPL (buy now, pay later, «покупай сейчас, плати потом») способствовали бурному росту e-com в последние 12 месяцев.

С целью стимулирования роста продаж в ноябре 2023-го Ozon запустил рассрочку для казахстанских покупателей на товары общей стоимостью от 10 тыс. до 2 млн тенге. С момента запуска этих финансовых инструментов на нашей площадке средний чек таких заказов увеличился в более чем 10 раз.

Источник:

[Маркетплейсы отбирают заказы. Как изменился казахстанский рынок электронной коммерции в 2023 году](#)



На рынке онлайн-продажи мебели в Европе доминируют Amazon и IKEA

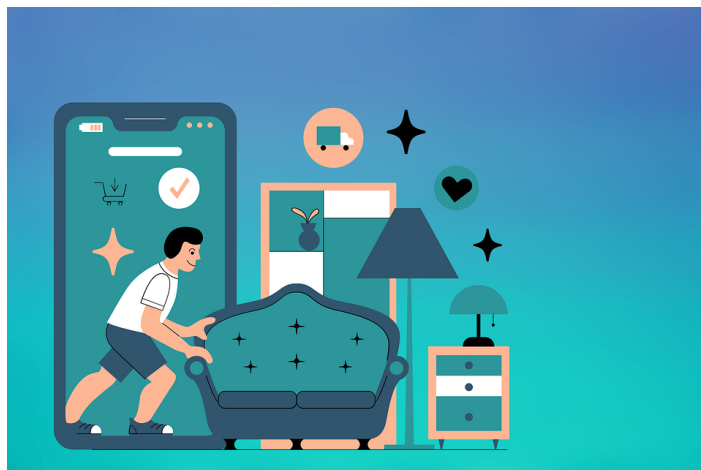
Ecommercenews.eu, 04.06.2024

/исследование

Amazon — крупнейший интернет-магазин мебели в Великобритании, Испании и Италии. Во Франции американский гигант отстает от IKEA, которая также входит в тройку лидеров в других крупных европейских странах. Только в Германии местный игрок Otto лидирует на рынке.

Об этом сообщает Fox Intelligence в ежеквартальном отчете. По данным исследовательской компании, в последние годы к мебельному рынку наблюдается значительный интерес. Потребители тратят значительную часть своего бюджета на мебель в интернете даже после пандемии. В 2024 году покупатели мебели высоко ценят персонализацию, возможности доставки и экологичность продукции.

Маркетплейсы особенно выигрывают от онлайн-роста. Игрокам традиционного сектора пришлось переосмыслить свои стратегии, чтобы адаптироваться к новым способам потребления. Например, Maisons du Monde запустил свой маркетплейс в 2022 году.



Источник:

[‘Amazon and Ikea dominate European online furniture market’](#)

Объем онлайн-коммерции услуг в Казахстане достиг 1602,6 млрд тенге в 2023 г.

Stat.gov.kz, 03.06.2024

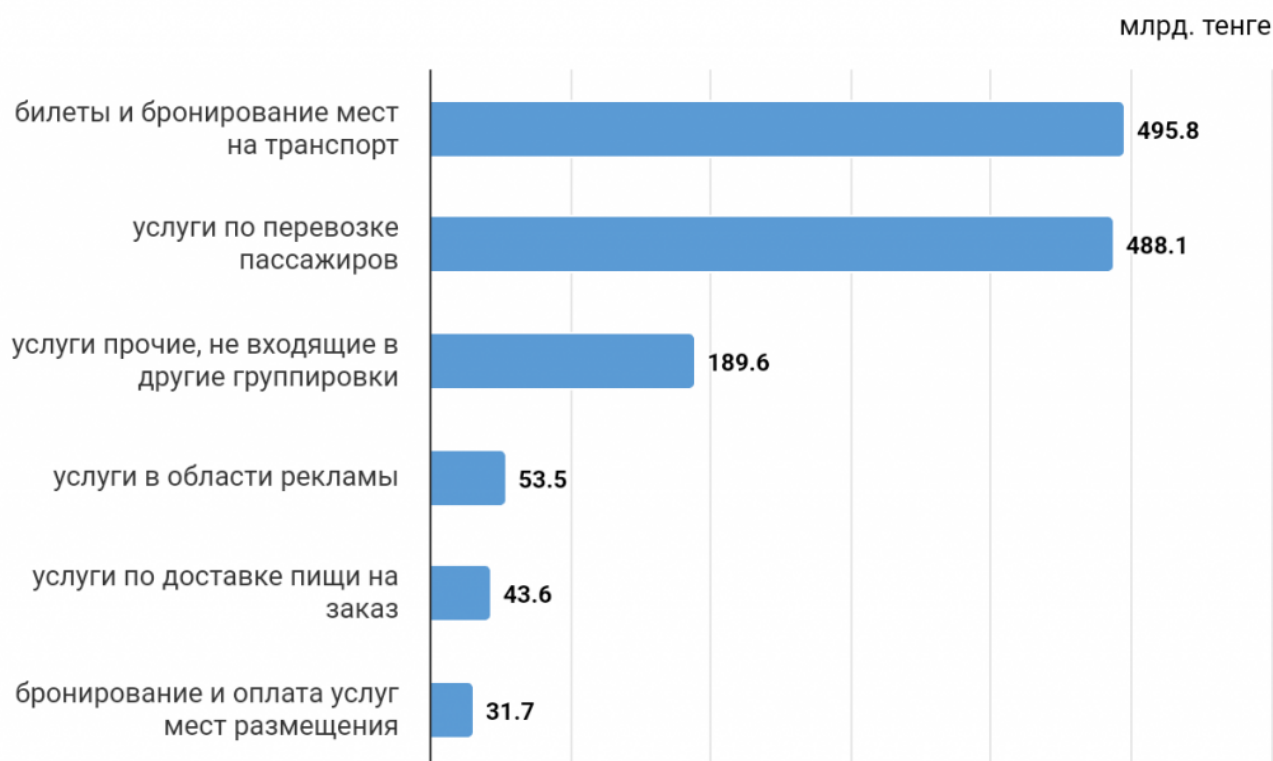
/исследование

В Казахстане объем электронной коммерции услуг с учетом маркетплейсов в 2023 году составил 1602,6 млрд тенге, следует из данных Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам РК.

Объем оказанных услуг через платформу электронной коммерции (маркетплейс) составил 1304 млрд тенге (81,4%). Объем оказанных услуг через собственный интернет-ресурс составил 298,6 млрд тенге (18,6%).

Наибольшая доля в объеме оказанных услуг через маркетплейсы приходится на услуги по бронированию мест на транспорт — 38%, услуги по перевозке пассажиров — 37,4%, прочие услуги — 14,5%.

Объем оказанных услуг через маркетплейсы за 2023г.



Источник:

[Об электронной коммерции в Республике Казахстан \(2023г.\)](#)



Подкасты и видео

Коллеги, всем привет

УСТРОИЛСЯ НА РАБОТУ В СВОЮ КОМПАНИЮ:

Федор Вирин, партнер Data Insight, о карьере и судьбе

Федор Вирин сходил в гости на подкаст к «Коллеги, всем привет»!

Разговор получился очень интересным.



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.