

# Рынок электронной торговли

## Новостной мониторинг

---

Выпуск 2022 / № 43

24 Октября 2022 - 30 Октября 2022

### **В выпуске:**

#### **Россия:**

Data Insight. Онлайн-рынок бытовой техники и электроники за 2021 г.

Data Insight. Российский рынок услуг 2021: самозанятые и микробизнес. Обучение

Онлайн-продажи «О'КЕЙ» выросли на 44,3% за 9 месяцев 2022 г.

Ozon открыл первую очередь своего крупнейшего логохаба в Поволжье

Яндекс Маркет запускает сервис выкупа подержанных товаров

Почта России запустила конструктор доставки для онлайн-ритейлеров

Wildberries вложил 140 млрд руб. в скидки для покупателей за 9 месяцев 2022 г.

«Детский мир» запустил доставку в отделения и почтоматы Почты России

Онлайн-продажи «Ленты» выросли на 137,2% за 9 месяцев 2022 г.

INFOline: общий объем e-commerce в России вырастет на 40% в 2022 г.

53% россиян не имеют опыта заказа товаров и услуг через интернет

34% москвичей предпочитают покупать продукты онлайн

Data Insight на Ecom Retail Week: Селлеры на российских маркетплейсах - 2022

Data Insight на Ecom Retail Week: Кто, как, почему заказывает доставку продуктов

#### **Весь мир:**

Чистые продажи Amazon выросли на 15% в III кв. 2022 г.

Выручка Shopify увеличилась на 22% в III кв. 2022 г.

Сервис CDEK Forward начал работать в Казахстане

Британский ритейлер Monsoon запустил собственный маркетплейс

E-commerce в Юго-Восточной Азии будет расти в среднем на 17% в год

В Европе маркетплейсы генерируют около половины онлайн-продаж

Объем рынка онлайн-торговли в Узбекистане составил \$0,8 млрд в 2021 г.

Три тренда цифровой коммерции: соцсети, видео, инфлюенсеры

#### **Подкасты о e-commerce**



## Россия:

# Data Insight. Онлайн-рынок бытовой техники и электроники за 2021 г.

Datainsight.ru, 26.10.2022

/новость

**Data Insight** при поддержке **Rowi** выпустили исследование «Онлайн-рынок бытовой техники и электроники» за 2021 год. В отчете приведены данные по 114 магазинам, специализирующимся на продажах техники для дома, в том числе бытовой, гаджетов, запчастей и аксессуаров к технике, картриджей, компьютерной техники, смартфонов и планшетов, фототоваров и товаров для системы безопасности и 2 крупнейшим универсальным маркетплейсам — Wildberries и Ozon.

### Ключевые тезисы:

- За 2021 год был оформлен **161 млн** онлайн-заказов на сумму **959 млрд руб.**
- Средний чек составил **5 950 руб.**
- В 2021 году выручка интернет-магазинов увеличилась на **33%** по сравнению с 2020 годом.
- На магазины бытовой техники и электроники приходится **23%** от всего объема продаж на рынке eCommerce.
- Конверсия сектора составила **2,9%**.



## Объем онлайн-рынка бытовой техники и электроники



За 2021 год в интернет-магазинах бытовой техники и электроники, входящих в ТОП-1000, был оформлен **161 миллион** заказов на сумму **959 миллиардов** рублей. Средний чек составил **5 950** рублей.

### Заказать отчет

### Источник:

«Онлайн-рынок бытовой техники и электроники» за 2021 год



# Data Insight. Российский рынок услуг 2021: самозанятые и микробизнес. Обучение

Datainsight.ru, 24.10.2022

/новость

**Data Insight** и **Авито** выпустили новое совместное исследование «**Российский рынок услуг 2021: самозанятые исполнители и малый бизнес. Обучение**», в рамках которого был изучен сегмент микробизнеса образовательных услуг.

## Ключевые тезисы:

- Выручка сегмента образовательных услуг увеличилась за год с **176 млрд руб.** в 2020-м до **280 млрд руб.** в 2021 году.
- Для **78%** коллективов оказание услуг — основная занятость. Для частных репетиторов — **83%**.
- Самая популярная площадка для поиска клиентов — **Авито**. Так считает **49%** провайдеров.
- Среди компаний самым популярным платным каналом привлечения клиентов являются социальные сети (их используют **72%** компаний), а для частных репетиторов — сайты объявлений (их используют **46%** специалистов).

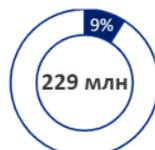
## Выручка в сегменте «Обучение» — 280 млрд рублей в год

Выручка сегмента увеличилась за год с 176 млрд в 2020-м до 280 млрд руб. в 2021 году.

Количество Исполнителей



Количество Заказов\* в год



Годовая выручка, руб



2021

2020

Настоящий отчет выпущен в рамках исследования "Российский рынок услуг: самозанятые исполнители и малый бизнес", проведенного совместно Data Insight и Avito. [Основной отчет](#), содержащий данные о рынке услуг в целом, был опубликован в июле 2022. Оценка на основании данных телефонного и онлайн-опросов.

\*Границы сферы услуг, описанной в настоящем отчете, указаны на слайде [Определения](#).

\* Заказом считается один выезд к клиенту, один раз оказанная услуга.

совместно с **Avito**

4

**Скачать исследование:** [Российский рынок услуг в 2021 году: самозанятые и микробизнес. Обучение](#) (pdf 1,3 Мб)

Источник:

[Российский рынок услуг в 2021 году: самозанятые и микробизнес. Обучение](#)

# Онлайн-продажи «О'КЕЙ» выросли на 44,3% за 9 месяцев 2022 г.

Okeygroup.lu, 28.10.2022

/новость

За третий квартал 2022 года общие онлайн-продажи «О'КЕЙ» увеличились на 26,2% год к году до 1,3 млрд руб. Их доля в чистой розничной выручке выросла на 0,8 п. п. в годовом выражении и составила 3,7%.

За 9 месяцев 2022 года общие онлайн-продажи «О'КЕЙ» увеличились на 44,3% в годовом выражении до 4,3 млрд руб. Их доля составила 4,1% от чистой розничной выручки «О'КЕЙ».

## Основные операционные показатели за 9 месяцев 2022 года

RUB **144,6** млрд 

Чистая розничная выручка Группы увеличилась на 10,3% г-к-г

RUB **105,7** млрд 

Чистая розничная выручка «О'КЕЙ» снизилась на 1,1% г-к-г

RUB **38,9** млрд 

Чистая розничная выручка дискаунтеров выросла на 60,2% г-к-г

RUB **4,3** млрд 

Общие онлайн продажи выросли на 44,3% г-к-г

**4,1%** 

Достигла доля общих онлайн продаж в выручке «О'КЕЙ»

**+32,0%** 

Рост LFL выручки дискаунтеров «ДА!»

Источник:

Чистая розничная выручка ГК «О`Кей» увеличилась на 10%, выручка сети дискаунтеров «ДА!» выросла на 54,8% в III квартале 2022 года

# Озон открыл первую очередь своего крупнейшего логохаба в Поволжье

Corp.ozon.ru, 27.10.2022

/новость

Новый фулфилмент-центр Ozon находится на территории индустриального парка «Чапаевск» в Самарской области. Площадь хранения — 52 тыс. кв. м. по полу. К концу 2023 года за счет второй очереди она увеличится до 76 тыс. кв. м. Общая площадь после запуска всех очередей составит 135 тыс. кв. м.



Озон вложил в открытие обеих очередей фулфилмент-центра порядка 5 млрд руб. Основная часть средств пошла на закупку высокотехнологичного оборудования и создание собственных ИТ-систем для автоматизации производства.

Новый фулфилмент-центр способен ежедневно обрабатывать более 215 тыс. заказов, а после запуска второй очереди — до 700 тыс. Мощности обеих очередей центра позволят хранить более 40 млн товаров.

За первое полугодие 2022 года количество заказов на Ozon в Самарской области выросло в 2,4 раза год к году.

Источник:

[Озон вложил 5 млрд рублей в свой крупнейший логистический хаб в Поволжье](#)

# Яндекс Маркет запускает сервис выкупа подержанных товаров

Retail.ru, 27.10.2022 09:32:00

/новость

Яндекс Маркет развивает раздел «Ресейл»: теперь с помощью сервиса пользователи могут не только покупать, но и продавать бывшие в употреблении вещи.

Профессиональные компании-реселлеры возьмут на себя прием, оплату, проверку подлинности и состояния товаров, их предпродажную подготовку и продажу на сервисе.

Чтобы продать вещь, нужно заполнить заявку на Маркете и назначить встречу со специалистом, который может приехать и забрать товар. Также товары можно сдать и самостоятельно — например, через пункты приема и выдачи заказов Voxberry или Почты России.



На первом этапе с помощью Маркета пользователи смогут продать бывшие в употреблении детские коляски, премиальные аксессуары (сумки, очки, бижутерию), автомобильные шины, детские конструкторы, а также электронику. Список категорий доступных для перепродажи товаров будет постоянно расширяться.

Источник:

[Яндекс Маркет запустит сервис по продаже б/у товаров](#)



# Почта России запустила конструктор доставки для онлайн-ритейлеров

Т.ме, 26.10.2022

/новость

Сервис «ЕКОМ маркетплейс» от Почты России работает по принципу конструктора: компания может выбрать только те услуги, которые отвечают потребностям её бизнеса.

Продавцам доступны сразу два режима перевозки — наземный и авиатранспорт, а также три варианта получения заказов: в отделении, через почтомат или курьером.

Раньше для подключения каждого вида доставки клиенту нужно было выбирать отдельную опцию, а теперь все варианты транспортировки и вручения посылок можно комбинировать.

Источник:

[Почта запустила конструктор доставки для бизнеса](#)



# Wildberries вложил 140 млрд руб. в скидки для покупателей за 9 месяцев 2022 г.

Wildberries.ru, 25.10.2022

/новость

Wildberries за 9 месяцев 2022 года инвестировал 140 млрд руб. в скидки для покупателей — на 19% больше, чем за аналогичный период 2021 года. Наибольший объем инвестиций пришелся на третий квартал 2022 года — 55,5 млрд руб.

По данным пресс-службы компании, в третьем квартале по сравнению с первым кварталом 2022 года изменение средних цен на социально значимые товары составило всего 5%. При этом цены на детское питание снизились на 2%, а на продукцию для новорожденных — на 4%.



В категории техники и электроники зафиксировано снижение на 7%, техники для кухни — на 13%. Средняя цена в fashion-сегменте снизилась на 2%. Наиболее значительно на Wildberries подешевели обувь (-13%) и верхняя одежда (-8%).

Источник:

[Пресс-служба Wildberries](#)



# «Детский мир» запустил доставку в отделения и почтоматы Почты России

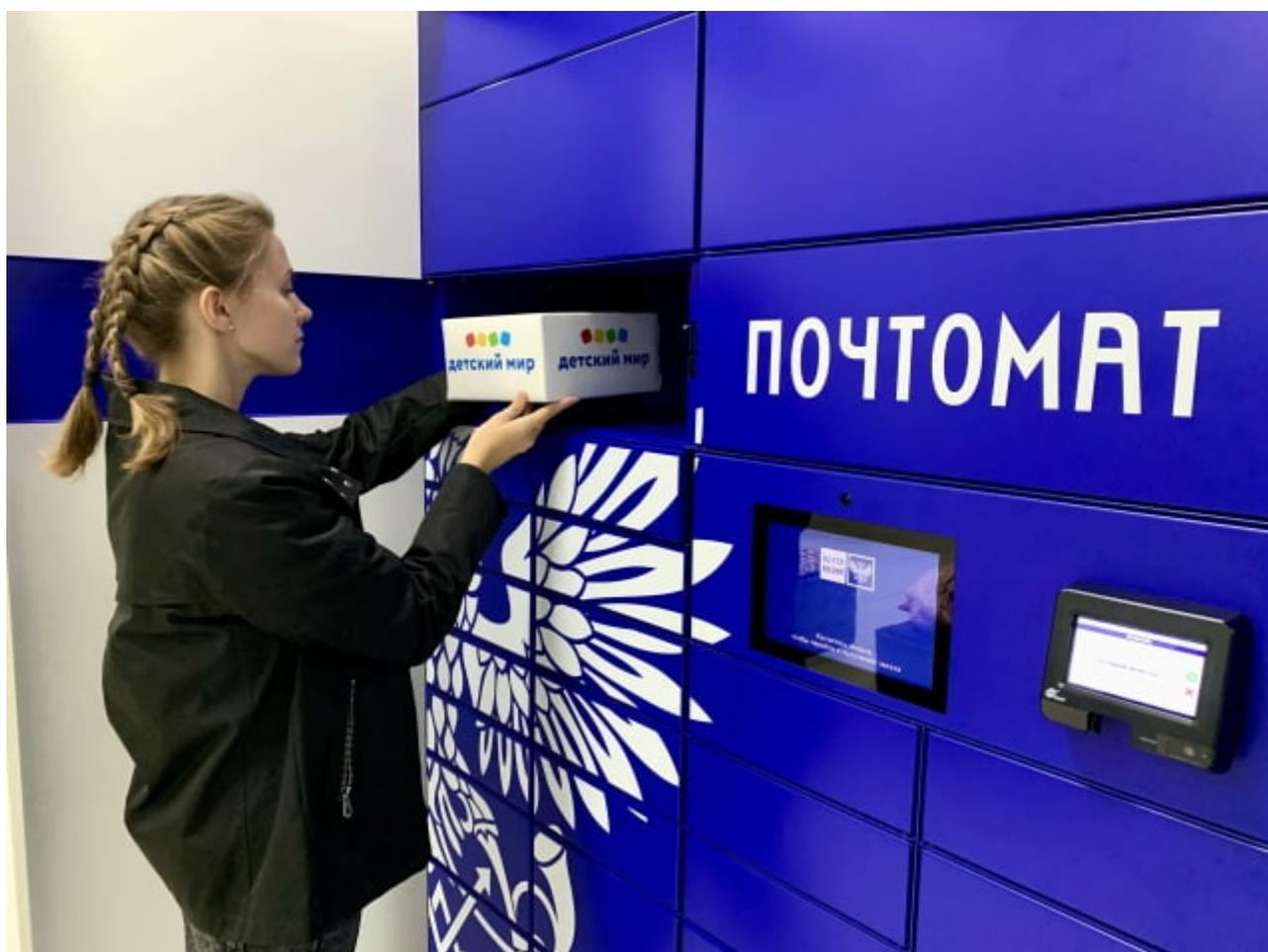
Corp.detmir.ru, 24.10.2022

/новость

Заказы, оформленные на онлайн-платформе detmir.ru или в мобильных приложениях «Детский мир» и «Зоозавр», теперь можно забрать в любом отделении или почтомате Почты России.

Главное преимущество нового варианта доставки — обширная география присутствия Почты. Отделения есть даже в небольших селах, поселках и деревнях, где не представлены другие логистические операторы.

Для клиентов «Детского мира» уже доступны 2,5 тыс. почтоматов и более 15 тыс. отделений Почты России. При стоимости заказа менее 2000 руб. стоимость доставки составит 99 руб.



Источник:

[«Детский мир» запустил доставку в отделения и почтоматы «Почты России»](#)

# Онлайн-продажи «Ленты» выросли на 137,2% за 9 месяцев 2022 г.

Cms.lenta.app4.Zebra.net, 24.10.2022

/новость

Розничная сеть «Лента» объявила операционные результаты и ключевые финансовые результаты за третий квартал и 9 месяцев 2022 года.

В III квартале 2022 года:

- Общий объем онлайн-продаж «Ленты», включая продажи «Утконоса», вырос на 98,2% год к году до 8,8 млрд руб.
- Средний онлайн-чек вырос на 25,5% до 2 275 руб.
- Объем заказов увеличился на 57,9% до 3,8 млн.
- Доля онлайн-продаж составила 6,9% от общего объема продаж «Ленты» по сравнению с 3,7% в аналогичном периоде предыдущего года.
- «Лента» продолжила расширять онлайн-предложение «Утконоса» и запустила витрины «Утконос Мини» на платформах нескольких партнеров.

По итогам 9 месяцев 2022 года:

- Онлайн-продажи выросли на 137,2% до 29,2 млрд руб.
- Средний онлайн-чек увеличился на 26,9% до 2 277 руб.
- Количество онлайн-заказов выросло на 87% до 12,8 млн.

## Онлайн-продажи<sup>3</sup>

	3 кв. 2022	3 кв. 2021	Изм.	Изм. (%)	9М 2022	9М 2021	Изм.	Изм. (%)
<b>Онлайн-выручка (млн руб.)</b>	<b>8 750</b>	<b>4 415</b>	<b>4 335</b>	<b>98,2%</b>	<b>29 189</b>	<b>12 307</b>	<b>16 882</b>	<b>137,2%</b>
Онлайн-партнеры	2 081	2 521	-439	-17,4%	7 771	7 006	765	10,9%
«Лента Онлайн» <sup>7</sup>	4 692	1 895	2 798	147,7%	14 688	5 301	9 386	177,1%
«Утконос» <sup>8</sup>	1 977	0	1 977	-	6 730	0	6 730	-
<b>Средний онлайн-чек (руб.)</b>	<b>2 275</b>	<b>1 813</b>	<b>463</b>	<b>25,5%</b>	<b>2 277</b>	<b>1 795</b>	<b>482</b>	<b>26,9%</b>
Онлайн-партнеры	1 916	1 754	162	9,2%	1 898	1 791	108	6,0%
«Лента Онлайн» <sup>7</sup>	2 077	1 898	179	9,5%	2 063	1 802	261	14,5%
«Утконос» <sup>8</sup>	3 950	0	3 950	-	4 200	0	4 200	-
<b>Кол-во онлайн-заказов (тыс.)</b>	<b>3 846</b>	<b>2 436</b>	<b>1 410</b>	<b>57,9%</b>	<b>12 817</b>	<b>6 855</b>	<b>5 962</b>	<b>87,0%</b>
Онлайн-партнеры	1 086	1 437	-351	-24,4%	4 094	3 913	181	4,6%
«Лента Онлайн» <sup>7</sup>	2 259	998	1 261	126,3%	7 121	2 943	4 179	142,0%
«Утконос» <sup>8</sup>	500	0	500	-	1 602	0	1 602	-

Источник:

«Лента» сообщает о росте продаж на 15,7%, онлайн продаж – на 137,2% по итогам 9 месяцев 2022 года



# INFOLine: общий объем e-commerce в России вырастет на 40% в 2022 г.

Forbes.ru, 27.10.2022

/исследование

В первом полугодии 2022 года интернет-продажи непродовольственных товаров в России выросли на 51,5%, составив почти 2 трлн руб. По итогам года эта цифра увеличится до 4,9 трлн руб., в 2023-м — до 6,6 трлн руб., сообщает [Forbes](#) со ссылкой на данные INFOLine.

Продовольственная онлайн-торговля выросла на 100% до 301 млрд руб. По итогам полного года предсказывается рост до 620 млрд руб., а в 2023 году — до 940 млрд руб.



По прогнозу INFOLine, общий объем электронной коммерции в 2022 году вырастет на 40%. В течение нескольких лет объем рынка в России увеличится еще на треть и превысит 15,3 трлн руб. Продукты станут важнейшим драйвером онлайн-продаж.

Лидер по объемам онлайн-продаж в России — Wildberries, занимающий почти 23% рынка. На втором месте — Ozon (14%). Третье «М.Видео-Эльдорадо» уступил Сберу, доля розничных онлайн-бизнесов которого составляет 5,5%.

Источник:

[Все в сеть: онлайн-торговля в России выросла на 52%](#)



# 53% россиян не имеют опыта заказа товаров и услуг через интернет

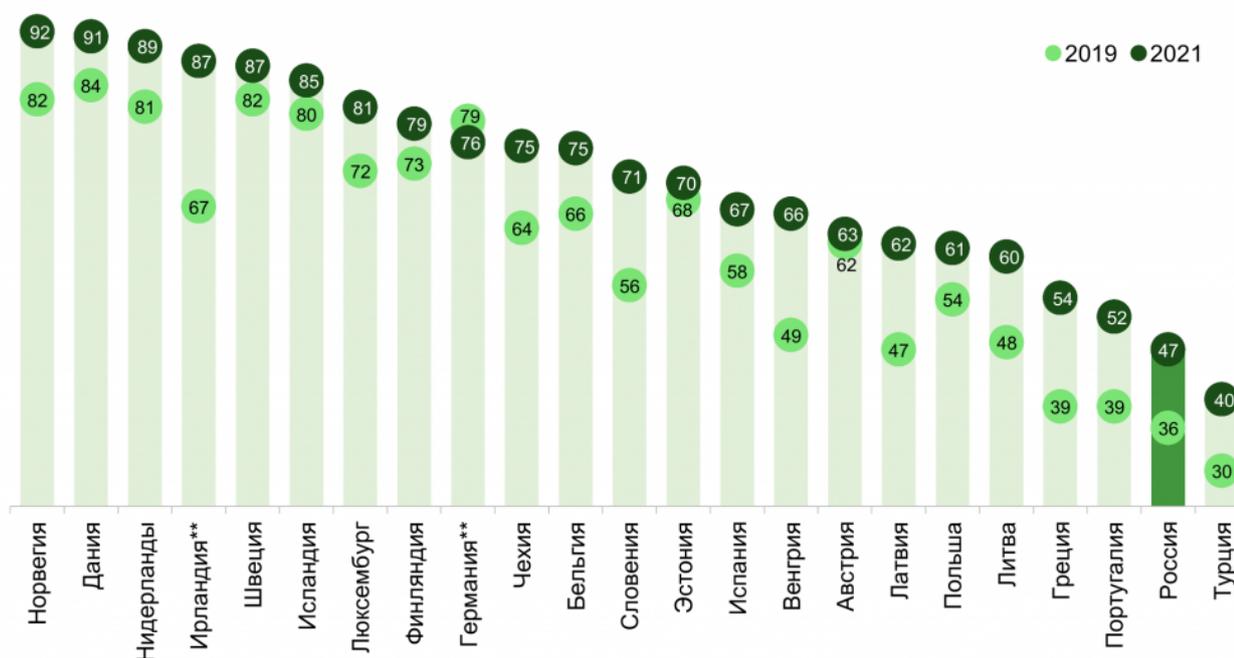
Daily.hse.ru, 27.10.2022

/исследование

По данным ИСИЭЗ НИУ ВШЭ, доля россиян, делающих онлайн-покупки, в 2021 году составила 47%, тогда как в Норвегии, Дании и Нидерландах — 90%, в Ирландии, Исландии и Швеции — более 85%, в Германии, Чехии, Финляндии — свыше 75%.

Эксперты отмечают недостаточно развитые навыки работы с онлайн-сервисами у россиян и цифровое неравенство по регионам. Чем дальше область или край, тем реже осуществляются онлайн-покупки.

**Рис. 2. Доля населения, использовавшего интернет для заказа товаров и услуг за последний год, по странам\***  
(в % от численности населения в возрасте 15–74 лет)



\* По зарубежным странам — в возрасте 16–74 лет.

\*\* В 2021 г. произошли изменения в методологии.

Вообще не имеют опыта заказа товаров и услуг через интернет 53% россиян. Половина из них предпочитает посещать традиционные магазины, а более трети не испытывают потребности в онлайн-покупках. Около 15% опрошенных не доверяют миру онлайн-шопинга.

В качестве барьеров потребители называют сложность возврата и обмена, недоверие к интернету, боязнь утечки конфиденциальной информации. Наиболее распространенным аргументом против онлайн-шопинга среди всех возрастов является наличие тех же товаров в обычных магазинах.

Источник:

[Шопинг через интернет: что тормозит развитие электронной торговли в России](#)



# 34% москвичей предпочитают покупать продукты онлайн

Retail.ru, 27.10.2022 13:17:00

/исследование

Покупать продукты онлайн предпочитают 34% москвичей, которых опросили мобильное приложение «Город» для всех держателей карты «Тройка» и онлайн-сервис доставки СберМаркет.

- Раз в месяц заказывают доставку 23% участников опроса, 19% — раз в неделю, 18% — несколько раз в месяц, 4% пользуются услугами доставки каждый день.
- Примерно 59% респондентов чаще всего заказывают доставку продуктов на дом, реже всего заказывают продукты на работу и на мероприятия.
- Главным преимуществом доставки продуктов респонденты считают экономию времени и энергии. 32% участников опроса находят в онлайн-сервисах те продукты, которые не могут найти в торговых точках, а для 14% важна возможность выбрать нужный диапазон времени доставки.
- 40% опрошенных в среднем экономят 30 минут при заказе продуктов на дом, 34% экономят час, 17% — около двух часов и 9% — более трех часов.
- 28% респондентов заказывают мясо, птицу и рыбу, 24% — бытовую химию, 17% — бакалею, 14% — фрукты и овощи, 9% — напитки, 8% — кондитерские изделия.
- 49% респондентов в большинстве случаев заказывают доставку на сумму от 1000 до 3000 руб., 26% — до 1000 руб., 18% — от 3000 до 5000 руб., 5% — от 5000 до 10 000 руб., 2% тратят на доставку более 10 000 руб.



Источник:

[СберМаркет: 34% москвичей покупают продукты онлайн](#)

# Data Insight на Ecom Retail Week: Селлеры на российских маркетплейсах - 2022

Datainsight.ru, 24.10.2022

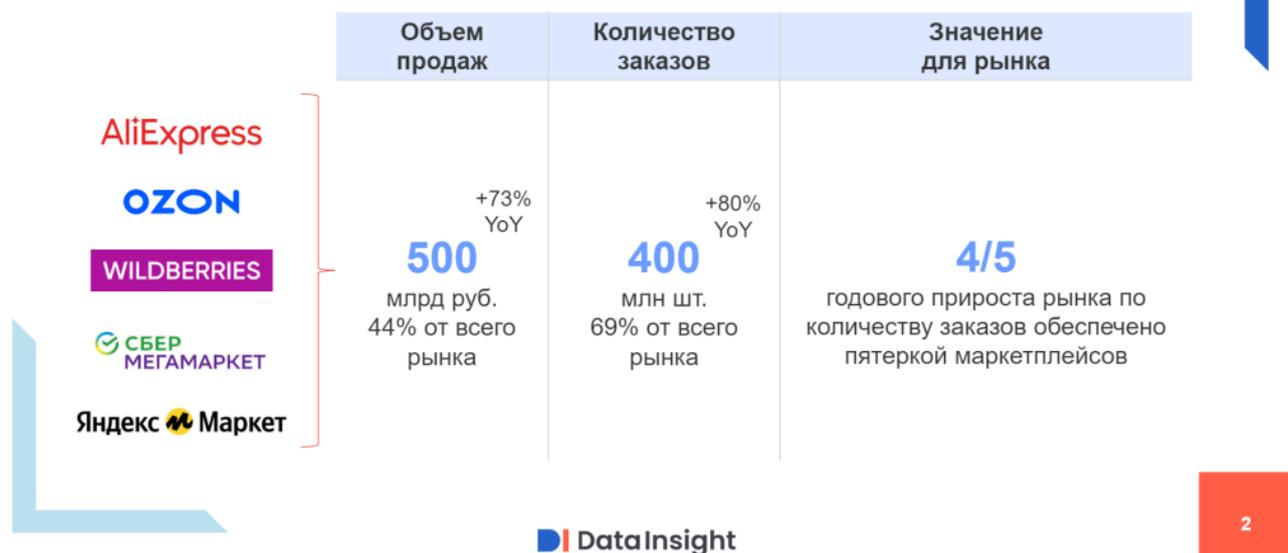
/исследование

11 октября старший аналитик **Data Insight** **Елизавета Хоботина** выступила с докладом «Селлеры на российских маркетплейсах 2022» по результатам одноименного исследования на собственной аналитической сессии в рамках конференции Ecom Retail Week.

## Ключевые тезисы:

- Объем продаж товаров на российских маркетплейсах (AliExpress, Ozon, Wildberries, СберМегаМаркет и Яндекс Маркет) по итогам второго полугодия 2022 года, по оценкам Data Insight, составит **500 млрд** рублей.
- **4/5** годового прироста рынка по количеству заказов обеспечено пятеркой маркетплейсов.
- В июне совокупная доля двух крупнейших маркетплейсов (Wildberries и Ozon) впервые в истории превысила **2/3** от всех онлайн-заказов и составила **68%**, что на 8 процентных пунктов выше, чем год назад, и на 27 процентных пунктов выше, чем в июне 2020 года.

## Значение маркетплейсов для eCommerce, 2022H2



**Скачать исследование:** [«Российские маркетплейсы: селлеры в 2022 году»](#) (pdf 0,8 Мб)

Источник:

[Российские маркетплейсы: селлеры в 2022 году](#)

# Data Insight на Ecom Retail Week: Кто, как, почему заказывает доставку продуктов

Datainsight.ru, 24.10.2022

/исследование

11 октября старший аналитик **Data Insight Ольга Пашкова** выступила с результатами исследования «Кто, как и почему заказывает доставку продуктов» на собственной аналитической сессии в рамках конференции Ecom Retail Week.

## Ключевые тезисы:

- По оценкам Data Insight, количество заказов в сегменте eGrocery по итогам 2022 года составит **395 млн**, что в **1,7 раза** больше, чем в 2021 году (237 млн заказов).
- Средний покупатель делает заказы в двух магазинах, а его чек составляет **2 000** рублей.
- Количество SKU в заказе среднего покупателя — **9,9**.
- На среднего покупателя приходится **2,2** заказа в месяц.

## Темпы роста рынка eGrocery



 DataInsight

Скачать исследование: [eGrocery: рынок и портрет покупателей - 2022](#) (pdf 1 Мб)

Источник:

[eGrocery: рынок и портрет покупателей](#)



## Весь мир:

# Чистые продажи Amazon выросли на 15% в III кв. 2022 г.

Press.aboutamazon.com, 27.10.2022 04:01:00

/новость

В третьем квартале 2022 года чистые продажи Amazon выросли на 15% до \$127,1 млрд. Продажи в Северной Америке выросли на 20% год к году до \$78,8 млрд, а за рубежом — снизились на 5% до \$27,7 млрд. Продажи Amazon Web Services (AWS) увеличились на 27% до \$20,5 млрд.

Операционная прибыль Amazon упала до \$2,5 млрд с \$4,9 млрд годом ранее. Операционный убыток бизнеса в Северной Америке составил \$0,4 млрд, в международном сегменте — \$2,5 млрд. Операционная прибыль AWS выросла до \$5,4 млрд.



Чистая прибыль компании составила \$2,9 млрд или \$0,28 в расчете на акцию по сравнению с \$3,2 млрд и \$0,31 на акцию в аналогичном квартале 2021 года.

Источник:

[Amazon.com Announces Third Quarter Results](#)



# Выручка Shopify увеличилась на 22% в III кв. 2022 г.

News.shopify.com, 27.10.2022

/новость

В третьем квартале, который завершился 30 сентября 2022 года, общая выручка провайдера интернет-инфраструктуры для коммерции Shopify выросла на 22% до \$1,4 млрд. За три года совокупный среднегодовой темп роста составил 52%.

Общий объем оборота товаров (GMV) увеличился на 11% до \$46,2 млрд. Чистый убыток составил \$158,4 млн или \$0,12 в расчете на акцию.



В июле в рамках расширения логистических возможностей Shopify завершил сделку по приобретению фулфилмент-оператора Deliverr.

Источник:

[Shopify Reports Third Quarter 2022 Financial Results](#)



# Сервис CDEK Forward начал работать в Казахстане

Cdek.ru, 26.10.2022

/НОВОСТЬ

В Казахстане заработал сервис по заказу товаров из-за рубежа CDEK Forward. Доступна доставка из США, Германии, Италии, Испании и Франции. По данным CDEK Forward, жители Казахстана больше всего предпочитают шопинг в интернет-магазинах США, Германии и Италии.

За 9 месяцев 2022 года с помощью CDEK Forward было заказано 609 788 товаров. В марте-сентябре число заказов превысило 113 000.

Самыми активными пользователями CDEK Forward стали москвичи, которые заказали 91 292 товара, а также жители Санкт-Петербурга (50 821 товар) и Краснодара (38 130 товаров).

Источник:

[Сервис по заказу товаров из-за рубежа CDEK Forward заработал в Казахстане](#)



# Британский ритейлер Monsoon запустил собственный маркетплейс

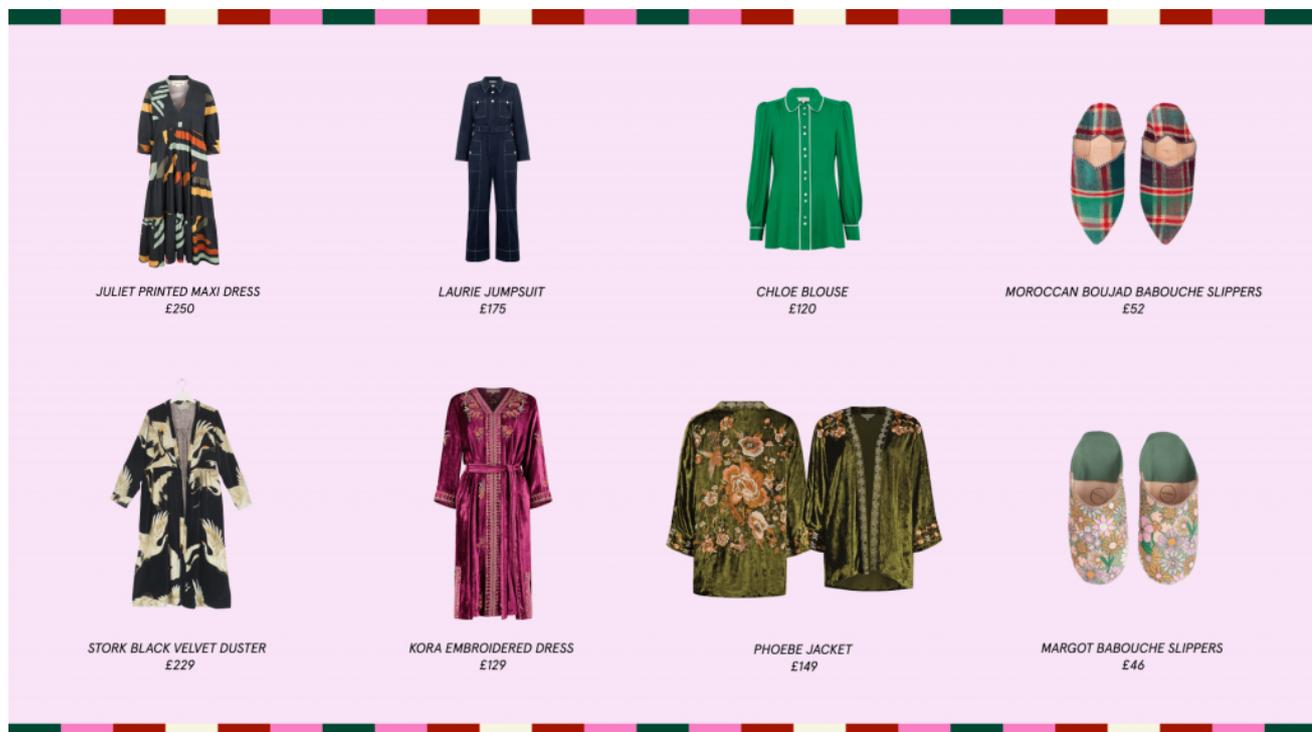
Theindustry.fashion, 25.10.2022

/новость

Британский ритейлер Monsoon запустил маркетплейс Monsoon Bazaar, где будут продаваться «красивые и эклектичные товары от крупных и малых производителей».

В специальном разделе на сайте компании можно найти 40 брендов товаров для дома, женской и детской одежды, модных аксессуаров, а также широкий выбор товаров для здоровья и подарков.

Наоми Робертсон, директор по мерчандайзингу и закупкам компании, объяснила: «Идея Monsoon Bazaar возникла просто из желания поделиться брендами и продуктами, которые мы любим, с нашей аудиторией Monsoon».



Источник:

[Monsoon launches Monsoon Bazaar marketplace for design-led and sustainable brands](#)

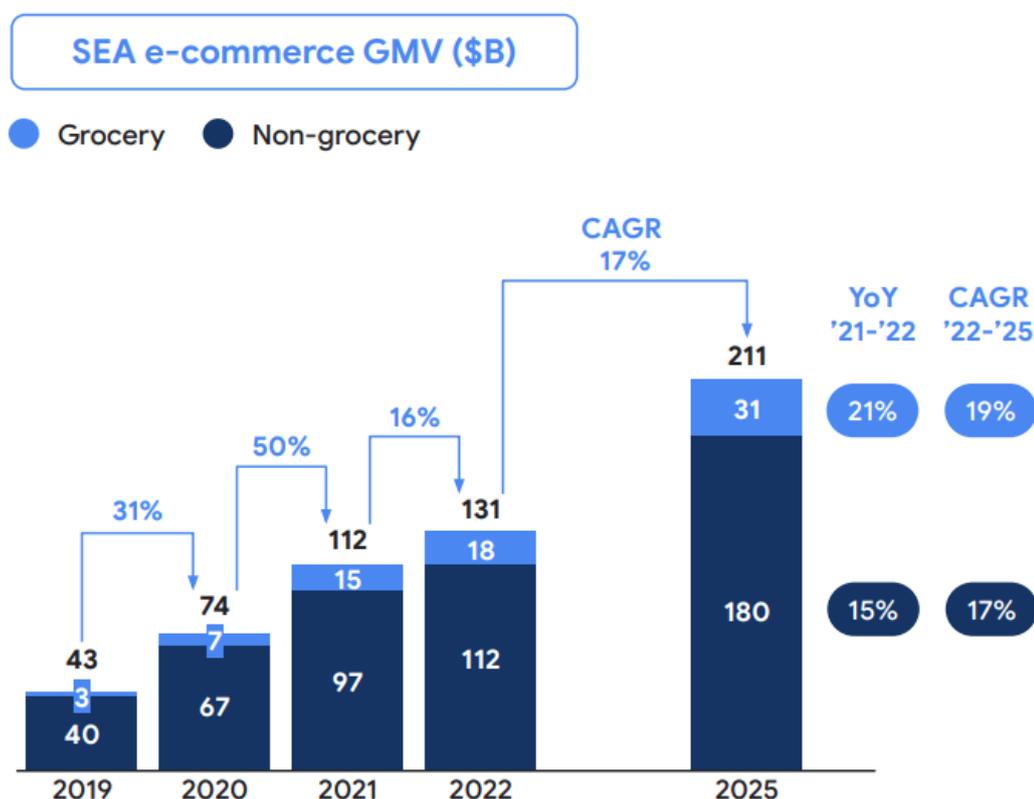
# Е-commerce в Юго-Восточной Азии будет расти в среднем на 17% в год

Bain.com, 27.10.2022

/исследование

Согласно исследованию e-Conomy SEA 2022 от Google, Temasek и Bain & Company, совокупный среднегодовой темп роста рынка e-commerce в Юго-Восточной Азии в 2022-2025 гг. составит 17%.

С 2021 по 2022 год рынок вырос на 16% до \$131 млрд, из которых \$18 млрд пришлось на онлайн-продажи продуктов питания. Темпы значительно замедлились по сравнению с ростом на 50% в 2020-2021 гг.



Note: Non-grocery includes marketplaces and direct-to-consumer platforms.  
Source: Bain analysis

Все сегменты аудитории приняли электронную коммерцию. Но состоятельные пользователи активнее покупают онлайн, чем пользователи с ограниченным бюджетом и жители пригородов. Молодежь тратит на продукты питания на 75% больше среднего показателя. Однако среди пользователей из пригородов менее 5% покупают продукты через интернет.

На доставку еды в ЮВА приходится 2–4% общих расходов на готовые блюда. Для сравнения: в США и Китае этот показатель составляет 6–8%. Рынок доставки в регионе будет расти в 2022-2025 гг. в среднем на 13% в год.

Источник:  
[e-Conomy SEA 2022](#)



# В Европе маркетплейсы генерируют около половины онлайн-продаж

Form.internetretailing.net, 25.10.2022

/исследование

По данным RetailX, к 2027 году на маркетплейсы будет приходиться почти 2/3 от глобального объема онлайн-продаж. В Китае этот показатель уже составляет 80%. Количество маркетплейсов по всему миру с 2007 года выросло более чем на 500%.

В Европе маркетплейсы обеспечивают около половины всех онлайн-продаж. В 2022 году эта цифра приближается к \$200 млрд по сравнению с примерно \$150 млрд в 2021 году, а уровень 2020 года превышает вдвое.

Ландшафт европейского рынка неоднороден. В Великобритании маркетплейсы генерируют порядка 64% онлайн-продаж. В Испании, Италии и Польше — около 50%, в Греции — менее 1%.

В топ-15 маркетплейсов, работающих в Европе, вошли (в алфавитном порядке): AliExpress, Allegro, Amazon, Bol.com, Cdiscount, Decathlon, eBay, eMag, Etsy, Fnac, Leroy Merlin, Lidl/Kaufland, Media Markt, Otto, Zalando. Минимум на одном из этих маркетплейсов представлены 477 брендов и ритейлеров из топ-500, причем 421 развивают собственную витрину хотя бы на одной из площадок.

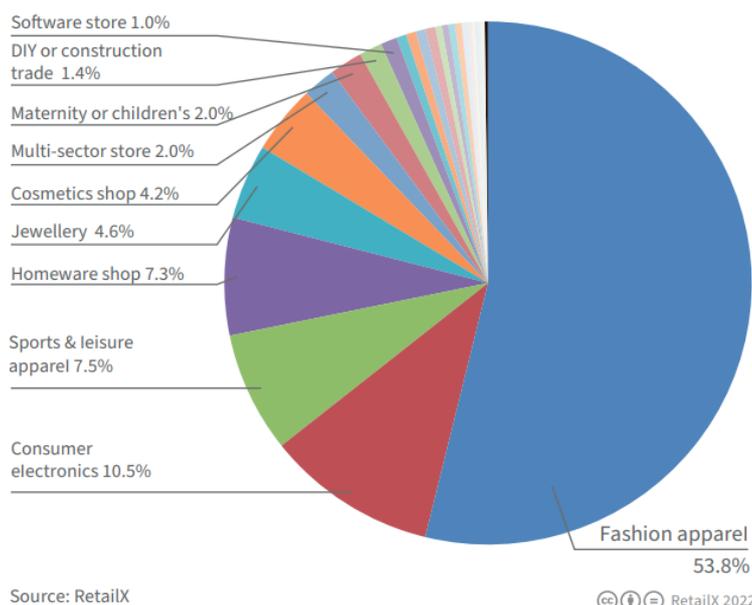
В топ-500 преобладают fashion-бренды и ритейлеры — 53,8%. Далее следуют продавцы электроники — 10,5%, товаров для спорта и отдыха — 7,5%, товаров для дома — 7,3%. Ювелирные изделия предлагают 4,6%, косметику — 4,2%.

Большинство — бренды и ритейлеры из Великобритании и США (29% и 18% соответственно). В числе прочих присутствуют китайские (7%) и канадские (5%) продавцы, представители Южной Кореи, Сингапура, Тайваня (1,3%), Чили (0,7%).

Источник:

[European Marketplaces 2022](#)

Figure 5: Top 500 brands by sector using Top 15 marketplaces in Europe

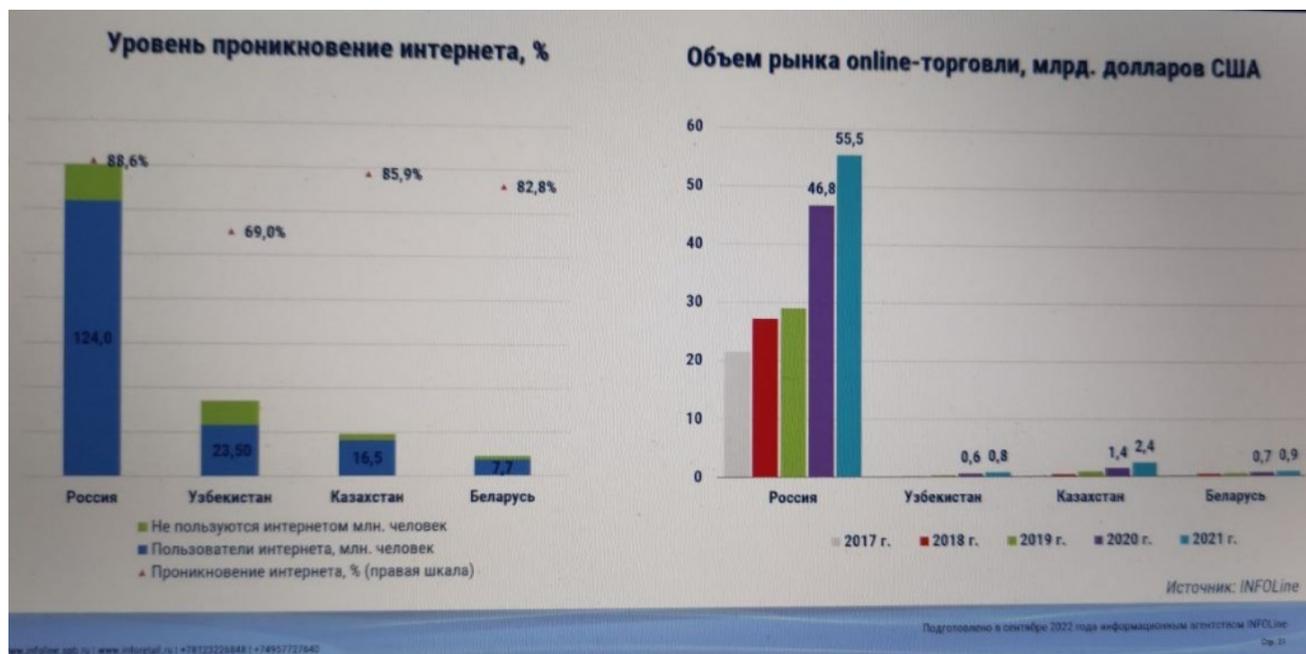


# Объем рынка онлайн-торговли в Узбекистане составил \$0,8 млрд в 2021 г.

Retail.ru, 24.10.2022

/исследование

Объем рынка онлайн-торговли в России по итогам 2021 года составил \$55,5 млрд, в Узбекистане — лишь \$0,8 млрд, то есть имеется огромный потенциал для роста, рассказал генеральный директор INFOline Иван Федяков на конференции Retail Days Uzbekistan.



В пандемию взлетел формат маркетплейсов, перешагнув 30% оборота e-commerce в целом. События февраля заставили крупных российских игроков отказаться от международной экспансии, и это дает шанс маркетплейсам Узбекистана для занятия этой привлекательной ниши.

Еще один тренд, ожидающий розничный рынок Узбекистана, — развитие омниканальности.

Источник:

[INFOline: у рынка розничной торговли Узбекистана большие перспективы](#)

# Три тренда цифровой коммерции: соцсети, видео, инфлюенсеры

Chainstoreage.com, 26.10.2022

/мнение

Директор по продукту / директор по работе с клиентами маркетплейса Wish Тарун Джейн в беседе с Chain Store Age выделил три тренда цифровой коммерции:

1. Поколение Z и молодые миллениалы тратят много времени на потребление контента на различных социальных платформах и из других источников. Это формирует не только их идеи, убеждения и ценности, но и путь потребителя.
2. Вопрос времени, когда видео станет основным способом цифровой коммерции. Мы уже видим, что это происходит в Юго-Восточной Азии с видео для покупок и прямыми трансляциями.
3. Динамика доверия сильно изменилась, особенно с поколением Z и молодыми миллениалами. Им не нужны сообщения, спонсируемые брендом или бизнесом. Они гораздо больше доверяют авторам и людям, которые им нравятся, поэтому экономика креаторов процветает и растет беспрецедентными темпами.



Источник:

[Exclusive Q&A: Wish engages customers with digital content](#)

# Подкасты о e-commerce

## У курьера есть подкаст

### Логистические франшизы или бизнес на выданые. Franshiza.ru и СДЭК

Как подготовить свой бизнес к продаже? Чем логистические франшизы привлекают инвесторов? Как изменили рынок уход иностранных компаний и санкции? И о чем лучше договориться будущим партнерам «на берегу»?

На эти и другие вопросы Матвей Гулин ответит вместе с:

- Анной Рождественской, экспертом в области франчайзинга, руководителем каталога франшиз Franshiza.ru
- Дарьей Левцовой, руководителем группы регионального развития международной логистической компании СДЭК
- Евгением Палевским, собственником франшизы СДЭК



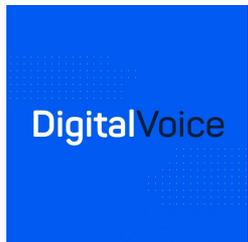
Прослушать: [Mave](#)

---

## DigitalVoice

### Продажи недвижимости через интернет — что творится на рынке? — Александра Офицерова — AFI Development

Недвижимость — это отрасль, которая чувствовала себя очень уверенно последние годы. Продажи и цены росли с каждым новым сезоном. И даже пандемия не сильно подкосила рынок. Но как себя чувствует рынок после событий 2022 года? Как выглядит стандартная воронка привлечения клиентов и какие инструменты применяют застройщики, чтобы анализировать клиентскую базу и персонализировать их опыт. Ну и поговорим о том, что же происходит и будет происходить с ценами.



DigitalVoice

Прослушать: [Podcast.ru](#)

---

## Практика\_days

### Ресейл-платформа «Рекульт». Светлана Бринза

В гостях Светлана Бринза, основатель и CEO ресейл-платформы «Рекульт» — ресейл-платформы для покупки и продажи б/у одежды, где продавцам достаточно передать ненужную одежду и получить деньги с продажи на карту. Для покупателей «Рекульт» — это онлайн-магазин, где можно оформить в одном заказе вещи сразу нескольких продавцов с возможностью вернуть, если что-то не подошло, а вся одежда — в идеальном состоянии по ценам в 2-5 раз ниже магазинных.



практика  
\_days

Прослушать: [Яндекс Музыка](#) | [Google Подкасты](#)

---

# 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.