

# Рынок электронной торговли

## Новостной мониторинг

---

Выпуск 2022 / № 49

05 Декабря 2022 - 11 Декабря 2022

### **В выпуске:**

#### **Россия:**

Фёдор Вирин на конференции UPGRADE рассказал о трендах онлайн-продаж 2022

Ozon поддержит франчайзи в период раскрутки пунктов выдачи

В Москве оборот онлайн-торговли за 9 месяцев составил 700 млрд руб.

Авито запускает кросс-доставку для частных пользователей

Почта России предлагает магазинам и кофейням принимать посылки на доставку

В Delivery Club подписчики Яндекс Плюса смогут оплачивать доставку баллами  
«Кухня на районе» нацелилась на офлайн

Группа ProStore by Lubivaya создала фулфилмент-оператора для fashion-брендов  
МТС: продажи на маркетплейсах в ноябре выросли в 2,7 раза

Число онлайн-заказов с курьерской доставкой выросло почти в 13 раз

Доля e-commerce в российской фармрознице составила 16,3% в I-III кв. 2022 г.

#### **Весь мир:**

ВкусВилл совместно с Voxberry запустил доставку товаров в ближнее зарубежье

Getir покупает своего конкурента Gorillas

Amazon запускает функцию шопинга в стиле TikTok

Carrefour тестирует беспилотный фургон для доставки

На e-commerce приходится около 15% продаж Nestlé

Социальная коммерция занимает 25% рынка онлайн-торговли в ЮВА

Самый низкий процент онлайн-покупателей — в Африке

Что повлияет на e-commerce 2023: соцсети, AR, чат-боты и другие тренды

### **Подкасты о e-commerce**



# Фёдор Вирин на конференции UPGRADE рассказал о трендах онлайн-продаж 2022

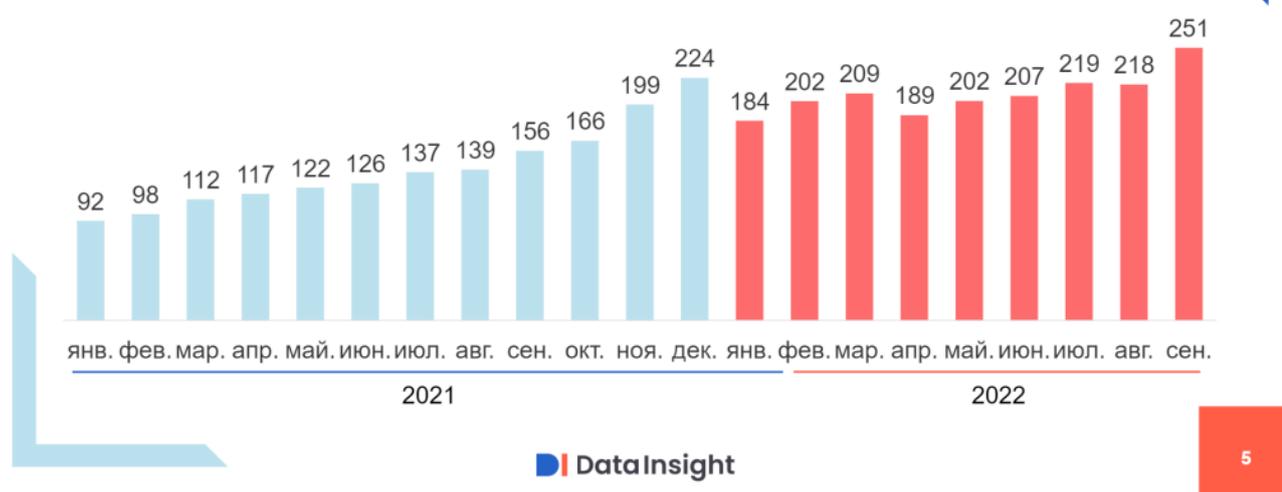
Datainsight.ru, 09.12.2022

/новость

**Партнёр Data Insight Фёдор Вирин** выступил с докладом «Тренды онлайн-продаж в 2022 году» на конференции UPGRADE.

## eCommerce: количество заказов, 2021-22 (млн)

Внутрироссийский рынок электронной торговли каждый месяц больше предыдущего – за исключением января (сезонный спад) и апреля (после мартовского ажиотажа).



### Ключевые тезисы:

- Внутрироссийский рынок электронной торговли каждый месяц за период с января 2021 по сентябрь 2022 года больше предыдущего за исключением января (сезонный спад) и апреля (после мартовского ажиотажа).
- Скорость роста количества заказов впервые с 2019 года опустилась ниже рубежа в +50% в год. Еще в августе рост составлял +55%, перед этим несколько месяцев он был на уровне 60–65%, а до февраля на протяжении 9 месяцев подряд рост превышал 100% в год.
- Рынок логистики для электронной коммерции растёт: так, рост количества заказов в 2021 к 2020 году составил 79%, рост в третьем квартале 2022 года относительно того же периода 2021 — 52%.
- Наблюдается рост заказов в сегменте eGrocery: количество заказов в сентябре 2022 года выше, чем в конце 2021 года.

Источник:

[Тренды онлайн-продаж в 2022 году. Объём, динамика онлайн-рынка, темпы роста количества онлайн-заказов](#)

# Оzon поддержит франчайзи в период раскрутки пунктов выдачи

Corp.ozon.ru, 08.12.2022

/новость

Ozon запустил новую программу развития франшизы, чтобы расширить сеть ПВЗ и сделать ее более доступной.

Новые пункты, открытые после 1 января 2023 года, а также пункты, действующие менее полугода, будут получать фиксированные выплаты до 130 тыс. руб. в месяц. При этом сохраняется вознаграждение в виде процента от оборота.

Кроме того, маркетплейс смягчит требования к помещениям, будет рассматривать большинство удобных для клиентов локаций, а также разрешит открывать пункты ближе друг к другу.

Сеть фирменных пунктов Ozon насчитывает больше 16 тыс. точек по всей стране. Больше 80% клиентов предпочитают этот канал доставки.



Источник:

[Ozon запустил новую программу развития франшизы](#)

# В Москве оборот онлайн-торговли за 9 месяцев составил 700 млрд руб.

Mos.ru, 08.12.2022 11:01:00

/новость

В Москве оборот онлайн-торговли за 9 месяцев 2022 года вырос на 14,4% — до 700 млрд руб. Около 80%, или 556 млрд руб., пришлось на непродовольственную торговлю, обороты которой выросли на 14,4%. Объем онлайн-продаж продуктов питания увеличился на 14,7% до 142,9 млрд руб.

Доля онлайн-продаж в общем обороте розничной торговли Москвы год назад находилась на уровне 12,5%, а к октябрю 2022 года достигла 15,6%. Доля российских онлайн-ритейлеров за год выросла с 93% до 97%.

Москвичи потратили больше всего денег при онлайн-покупках на электронику — 129,4 млрд руб. (18,5% от общего оборота), мебель и товары для дома — 124,5 млрд руб. (17,8%), одежду и обувь — 97,7 млрд руб. (14%).

Больше всего выросли онлайн-продажи инструментов и садового инвентаря — в 2,4 раза, меньше всего — цветов (+3,7%) и книг (+0,7%).



Источник:

[Москве подсчитали оборот онлайн-торговли за три квартала](#)



# Авито запускает кросс-доставку для частных пользователей

T.me, 06.12.2022 16:50:00

/новость

Авито впервые на российском рынке запускает кросс-доставку для частных пользователей. Продавец сможет отправить заказ через одну службу доставки, а покупатель — получить товар через другую. Первыми подключены Почта России и EXMAIL, в будущем присоединятся и другие службы — в первую очередь, Voxberry, DPD и PickPoint.

На старте сервис работает в крупных городах России. Кросс-доставка работает только для сделок между частными пользователями в категориях, доступных для отправки в постаматы, стоимость товаров не должна превышать 20 000 руб.

Авито планирует в 2023 году подключить опцию и для профессиональных продавцов платформы.

Источник:

[Авито запускает кросс-доставку одного заказа разными логистическими службами](#)



**Авито запускает  
кросс-доставку**

# Почта России предлагает магазинам и кофейням принимать посылки на доставку

Pochta.ru, 06.12.2022

/новость

Розничные магазины, пункты выдачи заказов любых маркетплейсов и даже кофейни, которые находятся дальше 500 м от отделения Почты России, смогут принимать посылки в доставку по самым популярным тарифам: «посылка стандартная», «посылка онлайн», «1 класс», EMS и «курьер онлайн».

Компания будет забирать их ежедневно, если в течение дня клиенты оставили больше пяти посылок, в остальных случаях — через день. В зависимости от количества принятых отправок Почта заплатит бизнесу до 15% от стоимости доставки.



Чтобы начать принимать посылки, предпринимателям требуются ноутбук, принтер и весы. Заключение договора и подключение почтовых сервисов можно онлайн.

За первые несколько недель к программе уже подключились более 60 новых точек в Москве, Санкт-Петербурге и Великом Новгороде.

Источник:

[Малый и средний бизнес сможет зарабатывать на приёме посылок](#)

# В Delivery Club подписчики Яндекс Плюса смогут оплачивать доставку баллами

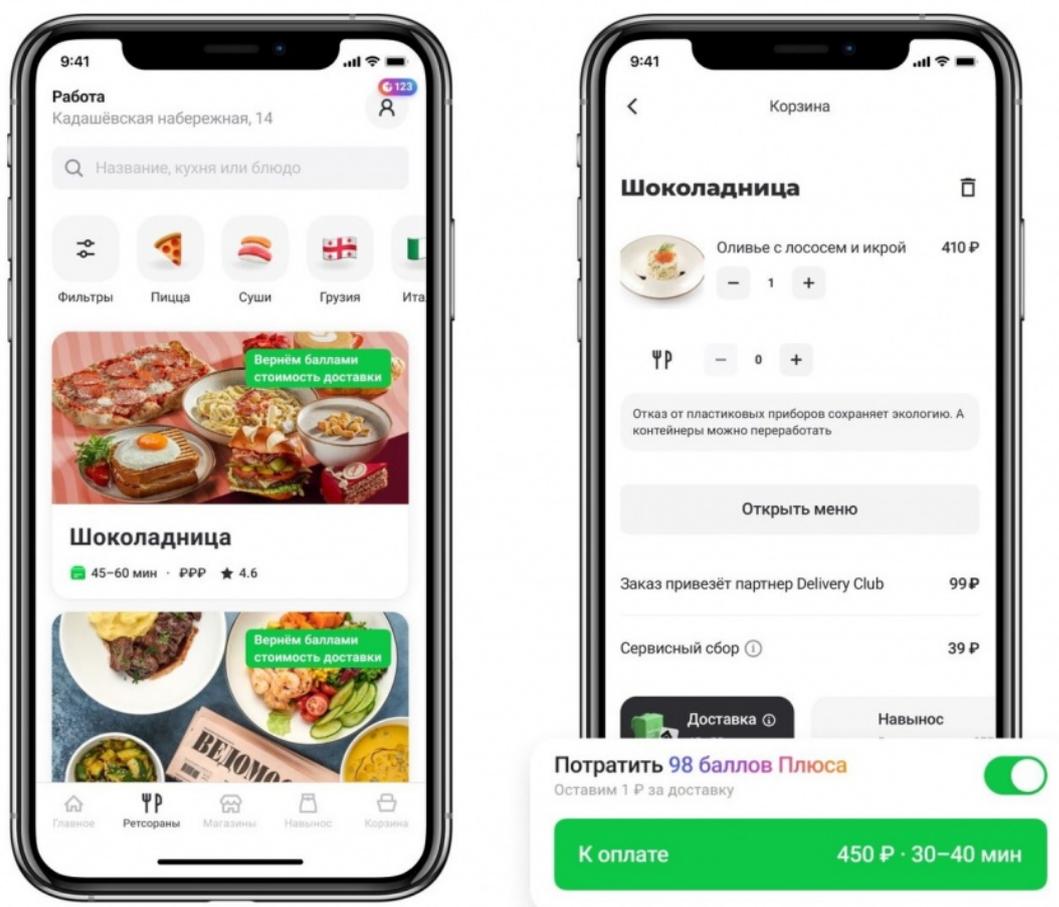
Press.delivery-club.ru, 06.12.2022

/новость

Подписчики Яндекс Плюса смогут в Delivery Club рассчитываться баллами за платную доставку заказов. Таким способом можно оплатить до 99% стоимости услуги. Опция действует во всех регионах России, в которых работает Delivery Club.

Рассчитаться баллами Плюса можно при заказах у партнеров, чьи заказы развозят курьеры, работающие с приложением Яндекс Про.

Яндекс Плюс постепенно заменит подписку PRO и другие программы лояльности, действовавшие в Delivery Club. Яндекс Плюс используют 16 млн человек. Баллы можно получать за оплату поездок в Такси, покупок на Маркете и в Лавке, а затем рассчитываться ими за новые заказы на этих сервисах.



Источник:

[Подписчики Яндекс Плюса смогут тратить баллы в Delivery Club](#)

# «Кухня на районе» нацелилась на офлайн

Forbes.ru, 06.12.2022

/новость

«Кухня на районе» устанавливает 10 холодильников с готовой едой в разных местах Москвы, в первую очередь в бизнес-центрах, рассказал генеральный директор сервиса Антон Лозин в интервью [Forbes](#).

В 2023 году сервис также будет открывать «кафетерии будущего», где можно будет взять готовую еду с собой или перекусить на месте, а также заведения в формате «открытой кухни».



Офлайн-направление будет интегрировано с приложением сервиса. «Мы хотим стать своего рода пультом для еды. Если ты хочешь есть — открываешь приложение и видишь разные способы получить еду от знакомого и любимого тобой бренда», — объясняет идею Антон Лозин.

Новые направления должны помочь увеличить оборот и выйти в прибыль. В сентябре 2022 года оборот сервиса составил 300 млн руб., а убыток сократился вдвое по сравнению с уровнем декабря 2021 года. Для выхода в прибыль сервису нужно увеличить первый показатель примерно в 2 раза.

Источник:

[«Кухня на районе» запустит сеть автоматов с готовой едой и «кафетерии будущего»](#)



# Группа ProStore by Lubivaya создала фулфилмент-оператора для fashion-брендов

Prostore.pro, 06.12.2022

/НОВОСТЬ

На базе D2C сервис провайдера ProStore by Lubivaya и экс-команды экспертов eSolutions (Otto Group) был образован новый омниканальный фулфилмент-оператор полного цикла для fashion-брендов ProFashion Solutions.

Компания специализируется на создании, открытии, маркетинговом сопровождении и фулфилмент обслуживании фирменных интернет-магазинов, бренд-витрин на маркетплейсах производителей одежды, обуви и аксессуаров.

«Получив поддержку ProStore by Lubivaya, мы сможем не только продолжить развитие передовых фулфилмент-сервисов для омниканальных продаж брендов fashion-сегмента, но и усилиться за счет опыта других компаний группы в услугах для брендовых офлайн-магазинов, фирменных площадок на маркетплейсах», — комментирует Анна Яковлева, коммерческий директор ProFashion Solutions, ранее занимавшая должность генерального директора eSolutions.



Источник:

[ProFashion Solutions — новый претендент на лидерство на российском рынке фулфилмента](#)



# МТС: продажи на маркетплейсах в ноябре выросли в 2,7 раза

Moskva.mts.ru, 09.12.2022

/исследование

По данным МТС, в ноябре 2022 года продажи на маркетплейсах выросли в 2,7 раза год к году. Лидером в этой категории стал Wildberries — 51% продаж, на втором месте — Ozon (29%), замыкает тройку AliExpress — 16%. Средний чек на маркетплейсах за год увеличился на 3% до 1 870 руб.

По числу уникальных пользователей в ноябре с большим отрывом лидирует Яндекс Маркет. На втором месте по популярности — Ozon и Wildberries, которые показали самый существенный рост числа пользователей год к году: на 28% и 20% соответственно. На сайт и в приложение AliExpress зашло на треть меньше пользователей, чем в ноябре 2021 года.

Выросла популярность сайта и приложения Lamoda — трафик вырос на 22% по сравнению с показателями ноября 2022 года, а также российских магазинов для дома — в среднем на 42%.



Источник:

[Аналитика МТС: российские маркетплейсы обошли AliExpress по популярности в ноябре](#)

# Число онлайн-заказов с курьерской доставкой выросло почти в 13 раз

Rsb.ru, 08.12.2022

/исследование

Количество онлайн-заказов с курьерской доставкой в январе-октябре 2022 года выросло почти в 13 раз. Россияне стали делать заказы в онлайн с курьерской доставкой чаще, но на меньшие средние суммы. По данным эквайринговой сети Банка Русский Стандарт, общий средний чек такого платежа за 10 месяцев 2022 года составил 2 625 руб., а годом ранее был 5 310 руб.

В офлайне общее число таких платежей за год выросло почти в 4 раза. Средний чек одного офлайн-заказа с доставкой за 10 месяцев 2022 года составил 2 694 руб., тогда как годом ранее — 2 112 руб.

Источник:

Банк Русский Стандарт: число онлайн-заказов с курьерской доставкой в 2022 году выросло почти в 13 раз относительно прошлого года



# Доля e-commerce в российской фармрознице составила 16,3% в I-III кв. 2022 г.

Rncph.ru, 05.12.2022

/исследование

По данным RNC Pharma, в общем объеме российской фармрозницы, включая продажи парафармацевтики, доля канала электронной коммерции по итогам трех кварталов 2022 года составила 16,3%. Годом ранее этот показатель лишь вплотную приближался к 13,3%.

Общий объем продаж/бронирования продукции аптечного ассортимента (ЛП + парафармацевтика) в рамках онлайн-канала фармрынка по итогам трех кварталов 2022 года вырос на 50,7% и составил 213,4 млрд. руб. (в ценах конечного потребления, включая НДС).

Суммарная выручка организаций из TOP-20 составила 84,6% в рамках e-com канала. Уровень концентрации отрасли относительно результатов I-II кварталов 2022 года несколько сокращается, все больше компаний второго эшелона акцентирует внимание на развитии сферы электронной коммерции.

Максимальные показатели динамики пока демонстрируют сеть «Апрель» (рост в 2,2 раза) и «Еаптека» (в 2 раза).

| №  | Компания*                       | Центральный офис | Объем валовых e-com продаж в 1-3 кв. 2022, млрд. руб. | Прирост продаж относительно 1-3 кв. 2021, %, руб. | Доля <sup>1</sup> на розничном-коммерческом сегменте фармрынка (ЛП + не ЛП) по итогам 1-3 кв. 2022, %, руб. |
|--|---------------------------------|------------------|---|---|---|
| 1  | Аптека.ру                       | Новосибирск      | 54,1  | 28  | 4,1   |
| 2  | Еаптека                         | Москва           | 17,6  | 103   | 1,3   |
| 3  | Ригла                           | Москва           | 17,6  | 87  | 1,3   |
| 4  | АСНА <sup>2</sup>               | Москва           | 11,0  | 56  | 0,8   |
| 5  | Здравсити                       | Москва           | 10,1  | 53  | 0,8   |
| 6  | Апрель                          | Краснодар        | 9,7   | 130   | 0,7   |
| 7  | Неофарм                         | Москва           | 9,5   | 54  | 0,7   |
| 8  | ОАС Эркафарм и Мелодия Здоровья | Новосибирск      | 9,1   | 98  | 0,7   |
| 9  | ИРИС                            | Москва           | 8,8   | 30  | 0,7   |
| 10   | Аптечная сеть 36,6 <sup>2</sup> | Москва           | 5,4   | 75  | 0,4   |
| 11   | Фармлэнд                        | Уфа              | 5,0   | 42  | 0,4   |
| 12   | Здоров.ру                       | Москва           | 4,9   | 52  | 0,4   |
| 13   | Вита (Самара)                   | Самара           | 4,5   | 26  | 0,3   |
| 14   | Планета Здоровья                | Пермь            | 4,5   | 58  | 0,3   |
| 15   | Монастырев.рф                   | Владивосток      | 3,9   | 15  | 0,3   |
| 16   | Имплозия <sup>2</sup>           | Самара           | 2,6   | -24   | 0,2   |
| 17   | Ваша №1                         | Москва           | 1,1   | 43  | 0,1   |
| 18   | Аптека25.рф                     | Владивосток      | 0,4   | -53   | 0,03  |
| 19   | Алоэ (Ранее Эдифарм)            | С.-Петербург     | 0,4   | -20   | 0,03  |
| 20   | Социальная Аптека               | Ростов-на-Дону   | 0,3   | 70  | 0,02  |
| 1 - доля рассчитана от суммарного объема коммерческого розничного рынка ЛП и парафармацевтики РФ |                                 |                  |   |   |   |
| 2 - экспертная оценка  |                                 |                  |   |   |   |
| Источник RNC Pharma®: Рейтинг российских аптечных сетей  |                                 |                  |   |   |   |

Источник:

RNC Pharma представляет TOP-20 компаний e-com сегмента российской фармацевтической розницы по итогам 1-3 кв. 2022 г.



## Весь мир:

# ВкусВилл совместно с Voxberry запустил доставку товаров в ближнее зарубежье

Telegra.ph, 09.12.2022

/новость

ВкусВилл в партнерстве с Voxberry начал доставлять товары в страны ближнего зарубежья. Сервис доступен для покупателей Казахстана, Беларуси, Киргизии, Армении и Таджикистана на сайте [boxberry.vkusvill.ru](https://boxberry.vkusvill.ru).

**ВКУСВИЛЛ** & **boxberry**

Каталог товаров

О доставке

Отзывы

Вопрос-ответ

## Заказывай товары ВкусВилл в страны СНГ

- оформление за 2 минуты
- без минимальной суммы заказа
- доставка в Казахстан, Беларусь, Армению, Киргизию, Таджикистан

Выбрать товары



В ассортимент входит долгосрочная продукция ВкусВилл. Для заказа доступно более 1255 товаров по таким же ценам, как и в магазинах.

ВкусВилл собирает заказы в одном из своих дарксторов в Москве, а Voxberry доставляет их курьером на дом или в свои отделения. В среднем доставка занимает от 3 до 10 дней. Стоимость и сроки зависят от адреса получателя и способа доставки.

Ранее ВкусВилл запустил продажи в Китае.

Источник:

[Заказать продукты ВкусВилл теперь можно в странах ближнего зарубежья с доставкой от Voxberry](#)

# Getir покупает своего конкурента Gorillas

Techcrunch.com, 09.12.2022 03:44:00

/новость

Сервис в сфере быстрой доставки продуктов Getir подтвердил приобретение своего немецкого конкурента Gorillas.

«Индустрия сверхбыстрой доставки продуктов будет неуклонно расти в течение многих лет, и Getir возглавит эту категорию, которую он создал 7 лет назад», — заявил основатель компании Назим Салур.



Компания не раскрывает финансовых условий сделки, но источники [FT](#) называют сумму примерно в \$1,2 млрд. Новая объединенная группа оценивается в \$10 млрд.

На пике успеха Gorillas и Getir достигли оценки в \$3 млрд и \$11,8 млрд соответственно. Однако 2022 год стал тяжелым для отрасли, что привело к сокращению персонала, сворачиванию деятельности и консолидации.

Источник:

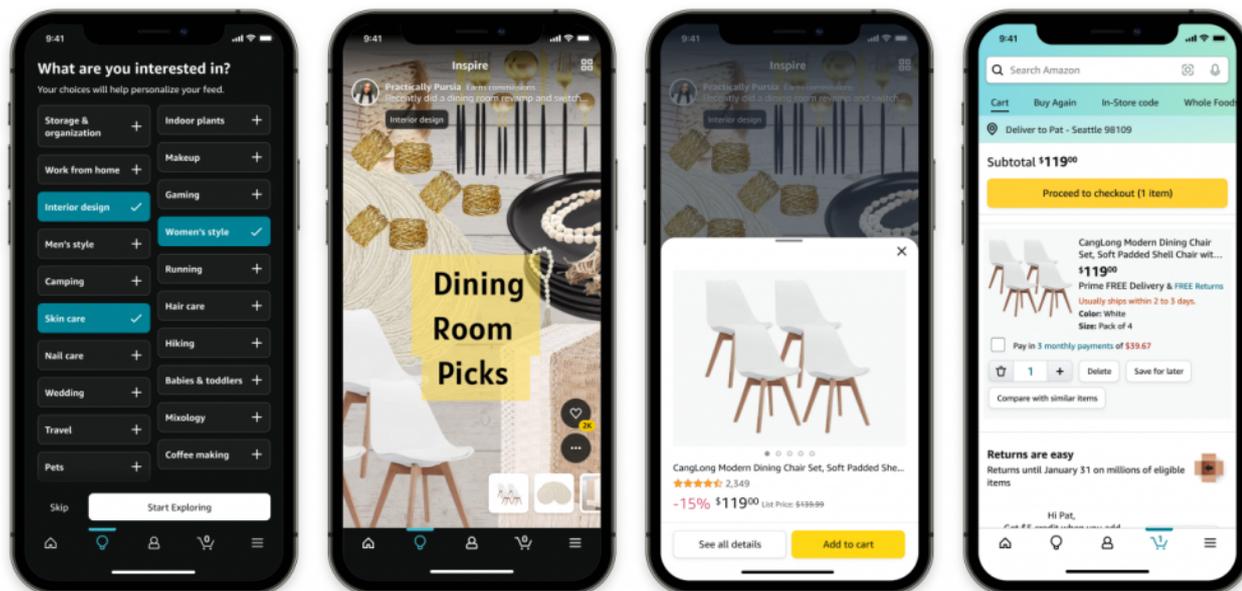
[Instant grocery app Getir acquires its competitor Gorillas](#)

# Amazon запускает функцию шопинга в стиле TikTok

Techcrunch.com, 08.12.2022 07:22:00

/новость

Amazon внедряет в своем приложении новую функцию Inspire, которая позволяет покупать товары из персонализированной ленты с короткими видео и фотографиями. Контент будут создавать инфлюенсеры, бренды и пользователи. Западные СМИ сравнивают новую функцию с лентой TikTok.



Inspire первоначально будет доступна для некоторых клиентов в США в начале декабря, а в последующие месяцы — для всех американских покупателей. Новая функция должна стимулировать продажи на Amazon.com и отвлечь внимание потребителей от таких приложений, как TikTok.

При первом запуске пользователям предлагается выбрать из более чем 20 интересов, чтобы персонализировать свою ленту Inspire. Понравившиеся видео и фото можно лайкать. Со временем лента будет настраиваться более точно, учитывая взаимодействие пользователя с контентом.

Источник:

[Amazon launches Inspire, a TikTok-like shopping feed that supports both photos and videos](#)

# Carrefour тестирует беспилотный фургон для доставки

Retaildetail.eu, 06.12.2022

/новость

Стремясь снизить стоимость «последней мили», французский ритейлер Carrefour тестирует автономный электрофургон для доставки продуктов недалеко от Парижа. Автомобиль может передвигаться в пробках с максимальной скоростью 70 км в час.

Клиенты могут заказать продукты онлайн и зарезервировать место для доставки. Затем беспилотный фургон доставит продукты на место. С помощью кода, полученного на телефон, клиенты могут забрать свой заказ из одного из восемнадцати локеров внутри фургона.

В будущем Carrefour планирует развернуть больше маршрутов, зон и транспортных средств.



Источник:

[Carrefour tests autonomous delivery truck](#)

# На e-commerce приходится около 15% продаж Nestlé

Digitalcommerce360.com, 05.12.2022

/новость

Около 15% продаж Nestlé приходится на e-commerce, тогда как в 2018 году доля составляла 8%, [сообщает](#) Digital Commerce 360. В компании рассчитывают увеличить инвестиции в цифровой маркетинг на 50% и почти удвоить долю электронной коммерции к 2025 году.

Nestlé не приводит конкретных данных об онлайн-продажах. Известно, что в 2021 финансовом году общий объем продаж компании составил \$95,71 млрд.

В компании называют ключевым фактором дальнейшего успеха цифровизацию. Она затрагивает все аспекты бизнеса Nestlé: от управления цепочками поставок до производства, маркетинга и продаж.



Источник:

[Nestlé projects ecommerce will be 25% of sales by 2025](#)

# Социальная коммерция занимает 25% рынка онлайн-торговли в ЮВА

Cube.asia, 08.12.2022

/исследование

Согласно отчету Cube Asia, в 2022 году объем социальной коммерции в Юго-Восточной Азии (ЮВА) достигает \$42 млрд\* — это 25% всей онлайн-торговли. Сегмент включает 4 канала продаж, которые пересекаются друг с другом:

**Социальные платформы** — продажи составляют \$34 млрд, за 5 лет могут вырасти до \$85–125 млрд. В ЮВА 90% интернет-пользователей зарегистрированы в соцсетях.

**Мессенджеры** — \$12 млрд, через 5 лет — \$23-35 млрд. Такие покупки совершают 55% интернет-пользователей из ЮВА.

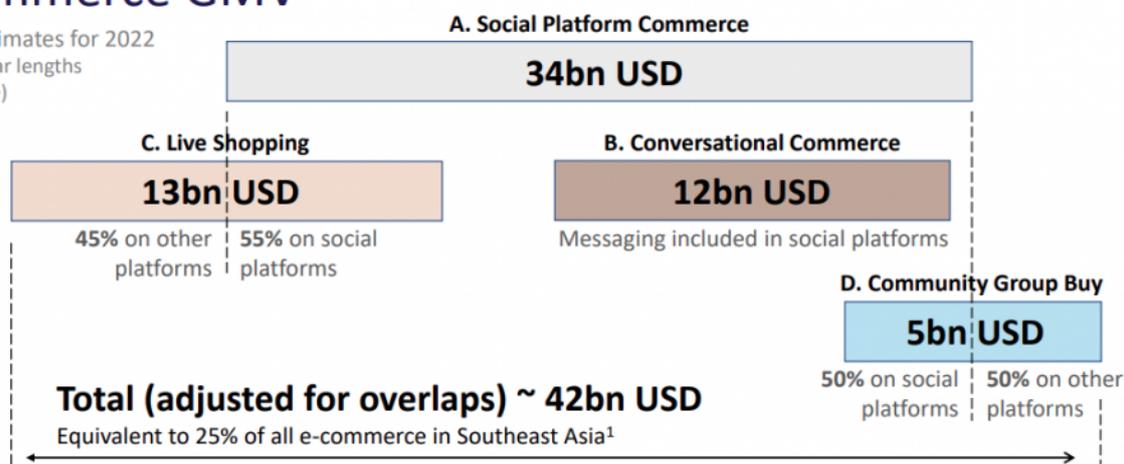
**Прямые эфиры** — \$13 млрд, через 5 лет — \$26-50 млрд. 44% интернет-пользователей делали покупки в этом канале. Лидер — Индонезия, где продажи в стримах достигают почти \$5 млрд.

**Совместные покупки** — \$5 млрд, к 2027 году — \$8-15 млрд. Самый активный рынок — Индонезия с оборотом в канале \$2 млрд.

Social Commerce | Definition > Context > Archetypes > Impact

## Together, these archetypes contribute to 42bn USD of e-commerce GMV

SE Asia estimates for 2022  
Indicative bar lengths  
(not to scale)



1: Estimate of total Southeast Asia e-commerce GMV (across all platforms including marketplaces, e-retail, social platforms etc.) ~ 160-170bn USD in 2022  
SOURCE: Market size estimates based on triangulations of primary data collected from online consumer surveys across 6 SE Asian countries, with secondary data from public sources including: Facebook; Bain & Company; McKinsey & Company; Ipsos; Oppotus; Shopavision; Thai PBS World; Shoplus; Statista; eMarketer; PWC; Krung Sri; Essence Global; Decision Lab; IKala



\*С поправкой на пересечение каналов

Источник:

Social Commerce in Southeast Asia 2022 Report



# Самый низкий процент онлайн-покупателей — в Африке

Form.internetretailing.net, 06.12.2022

/исследование

RetailX представил [отчет](#) о рынках e-commerce в разных частях мира. Приводим интересные тезисы:

**Африка:** процент интернет-пользователей, совершающих покупки онлайн, составляет около 50% на всех континентах, кроме Африки (27%). При этом индекс доходов от электронной торговли по регионам в Африке является самым высоким. Это позволяет предположить, что доля онлайн-покупателей на континенте догонит остальной мир.

**Азия:** рынок e-commerce в 2022 году достигнет \$1,761 трлн. Китай остается мировым лидером индустрии с прогнозируемым ростом на 10-11% в этом году. Индии еще предстоит конкуренция с Китаем. В течение двух лет рынок e-commerce Индии по числу покупателей может превзойти американский и стать вторым в мире.

**Европа:** 90% жителей используют интернет, из них 59% совершают онлайн-покупки. В Великобритании эти показатели еще выше: 98% и 81% соответственно. Хотя всплеск электронной торговли из-за пандемии не сохранился, рост рынка остается стабильным. Меньше всего покупок онлайн совершают пожилые потребители, которых в Европе больше, чем в других частях мира.

**Ближний Восток:** имеет молодое население с большим количеством потребителей поколения Z и миллениалов. Использование интернета относительно велико, внедрение e-commerce быстро растет — покупки онлайн совершают 55% жителей. Самым быстрорастущим в регионе является рынок ОАЭ. В 2022-2023 гг. прогнозируется его рост на 23,11%.

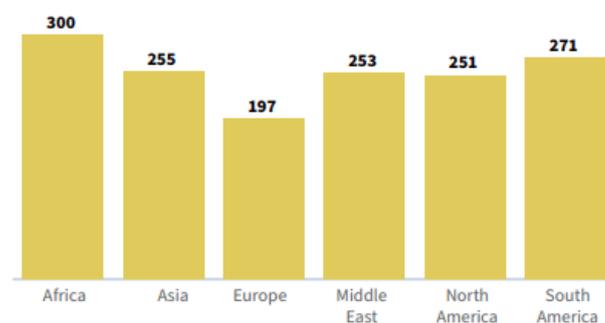
**Северная Америка:** ритейлеры из США лидируют в мире, но самый большой рост e-commerce в регионе наблюдается в Мексике. Индекс доходов от онлайн-торговли в стране составляет 343, что выше как показателей Северной Америки, так и глобальных.

**Южная Америка:** огромный потенциал для роста, но логистика остается проблемой. Еще до пандемии крупнейшим рынком электронной коммерции и мультимедиа в регионе была Бразилия. В 2021 году онлайн-продажи в этой стране выросли более чем вдвое по сравнению с 2019 годом и на 30% — к 2020-му.

Источник:

[Global 2022 Ecommerce Report](#)

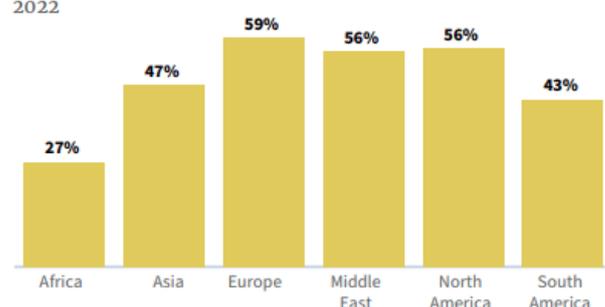
Ecommerce revenue Index per region 2022



Index 2018=100  
Source: RetailX, drawing on data from Statista

© RetailX 2022

Percentage of internet users who shop online 2022



RetailX, drawing on data from Statista

© RetailX 2022

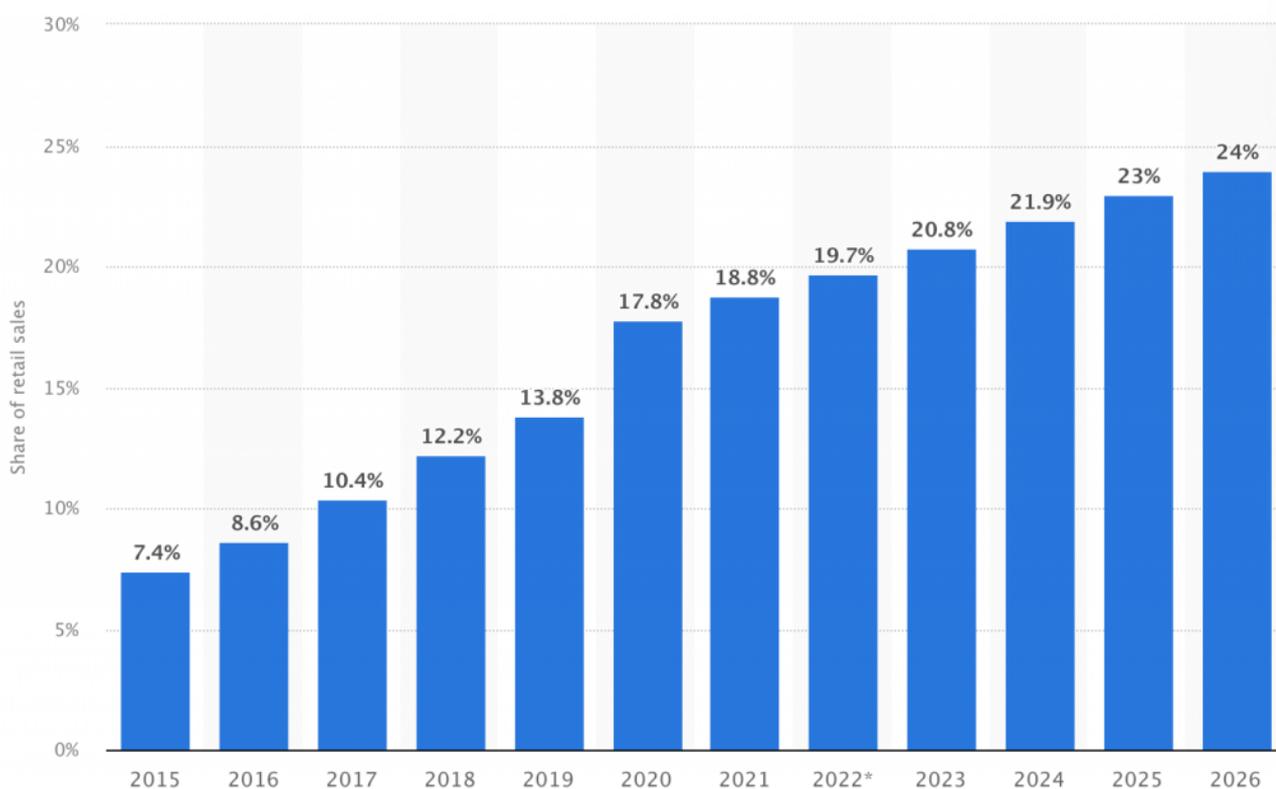


# Что повлияет на e-commerce 2023: соцсети, AR, чат-боты и другие тренды

Shopify.com, 06.12.2022

/исследование

По прогнозам Statista, в 2022 году e-commerce составит около 20% всех мировых розничных продаж, а к 2026 году — почти четверть. В 2021 году глобальные онлайн-продажи приблизились к \$5 трлн и могут превысить \$8 трлн в 2026 году.



Бразилия займет первое место по развитию розничной электронной коммерции с совокупным среднегодовым темпом роста (CAGR) 20,73% в период с 2022 по 2025 год. В глобальном масштабе этот показатель составит около 11%, для России — 18,73%.

## Что повлияет на индустрию e-commerce в 2023 году:

1. Больше людей будут делать покупки с помощью социальной коммерции.
2. Больше покупателей станут использовать голосовой поиск.
3. Покупатели все больше доверяют рекомендациям инфлюенсеров.
4. Покупатели начнут больше полагаться на чат-ботов.
5. Потребителям станет удобнее совершать покупки с помощью мобильных устройств.
6. Бренды будут использовать для персонализации zero-party data — информацию, добровольно предоставленную клиентами.
7. Искусственный интеллект персонализирует процесс покупок.
8. Дополненная реальность (AR) станет мейнстримом.
9. Предпочтение — брендам с четкими экологическими обязательствами.
10. Больше брендов будут использовать 3D-изображения для демонстрации продуктов.
11. Больше потребителей подключатся к покупкам в прямых эфирах.

Источник:

[Online Shopping: The Trends And Consumer Expectations That Will Shape Ecommerce](#)



# Подкасты о e-commerce

## Digital Voice

### Как работает омниканальный ритейл в новых условиях — Hoff — Виталий Шахматов

Интервью с Head of Digital Marketing Hoff Виталием Шахматовым

Как себя чувствует омниканальный ритейл на фоне падения трафика в магазинах, потери каналов привлечения трафика онлайн, снижения покупательской способности, ухода ключевых конкурентов?

Прослушать: [Podcast.ru](https://podcast.ru)

A blue square containing the text "DigitalVoice" in white.

---

## Практика\_days

### «Спортмастер» и омниканальность. Григор Мнацаканян

В гостях Григор Мнацаканян, начальник отдела ОМНИ развития в розничных магазинах «Спортмастер».

Выручка «Спортмастер» от онлайн-продаж за прошлый год составила более 16 млрд руб. (по данным Data Insight). В последних рейтингах омниканальности компания стабильно занимала лидирующие места.

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

An orange square containing the text "практика" in white and "\_days" in black.

### Бизнес Eplaza.ru, официального интернет-магазина Panasonic. Из D2C в маркетплейс. Антон Смирнов, CEO

Интернет-магазин был вновь запущен в сентября после приостановки работы в июле, это позволили сделать найденные инвесторы, выкупившие бизнес и сток у японской Panasonic. Сейчас Eplaza.ru идёт с ростом в 130% к прошлому году, активно развивает продажи на маркетплейсах Яндекс Маркет, Ozon, СберМегаМаркет, там рост составляет 150%, и планирует выход на другие.

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.