

Рынок электронной торговли

Новостной мониторинг

Выпуск 2023 / № 2

09 Января 2023 - 15 Января 2023

В выпуске:

Россия:

Оборот KazanExpress составил 19,3 млрд руб. по итогам 2022 г.

«Магнит» расширил сеть даркстортов до 31 точки в 2022 г.

Оборот Ozon во время «Новогодней распродажи» вырос на 74%

Новым гендиректором Почты России стал Михаил Волков

Директором по электронной коммерции «Магнита» назначен Гюванч Донмез

Выручка сервиса «темных кухонь» ВкусВилла выросла в 5 раз в 2022 г.

Что и где покупали россияне онлайн в новогодние каникулы

Рынок фармацевтической онлайн-розницы растет кратно по всем категориям

На Wildberries в 2022 году искали кроссовки, футболки, пижамы

Столкнувшись с трудностями, 29% покупателей уходят из онлайн в офлайн

ММЛФ-2023: бизнес-форум для профессионалов в сфере логистики

Data Insight. Выход на рынок Китая: продажи на маркетплейсах

Весь мир:

Ozon открыл представительство в Кыргызстане

Выручка Asos снизилась на 3% за последние 4 месяца 2022 г.

В Великобритании розничные онлайн-продажи упали на 10,5% в 2022 г.

Глобальные онлайн-продажи в праздничный сезон 2022 превысили \$1,14 трлн

OLX: малый и средний бизнес в Казахстане массово переходит в онлайн

Потребители провели в шопинг-приложениях почти 110 млрд часов в 2022 г.

Число сессий в приложениях для заказа еды выросло на 10% в 2022 г.

Более 14% продаж в категории grocery в США приходится на онлайн

Доля Instacart на американском рынке доставки продуктов уменьшается

Подкасты о e-commerce



Россия:

Оборот KazanExpress составил 19,3 млрд руб. по итогам 2022 г.

Kazanexpress.ru, 13.01.2023

/новость

Оборот маркетплейса KazanExpress в 2022 году достиг 19,3 млрд руб. — 214% к выручке 2021 года. Количество заказов практически удвоилось до 25,2 млн.

На площадке работают порядка 17 тыс. продавцов — в 1,4 раза больше, чем годом ранее. Товары покупали 6 млн человек из 120 городов России.

В топ категорий по росту выручки вошли продукты питания (266%), товары для сада и дачи (257%), зоотовары (246%), средства бытовой химии и личной гигиены (211%), одежда и обувь (181% и 202%), бытовая техника (175%) и товары для здоровья (153%).

В 2022 году KazanExpress запустил новый автоматизированный центр подготовки товаров, начал доставлять в свои пункты выдачи заказы с AliExpress, стал первым партнером Почты России в эксперименте по созданию бондовых складов.

В январе 2023 года KazanExpress запускает первую очередь нового склада в Свияжском межрегиональном мультимодальном логистическом центре.

Источник:

[Пресс-служба KazanExpress](#)



«Магнит» расширил сеть дарксторов до 31 точки в 2022 г.

Magnit.com, 12.01.2023

/новость

Розничная сеть «Магнит» в 2022 году открыла 11 дарксторов, их общее число по итогам года выросло до 31 точки: 29 находятся в Москве, еще 2 — в Санкт-Петербурге. Объекты в первую очередь ориентированы на собственный онлайн-сервис «Магнит Доставка».

Средняя площадь даркстора — 300 кв. м, ассортимент — почти 7 000 позиций. Число обрабатываемых в дарксторах заказов выросло на 60% по сравнению с началом 2022 года.

В 2023 году «Магнит» продолжит расширять сеть дарксторов, причем все объекты теперь будут открываться с учетом нового направления — фудшеринга.



Источник:

[«Магнит» расширил сеть дарксторов в 2022 году до 31 точки](#)

Оборот Ozon во время «Новогодней распродажи» вырос на 74%

Т.ме, 12.01.2023 13:17:00

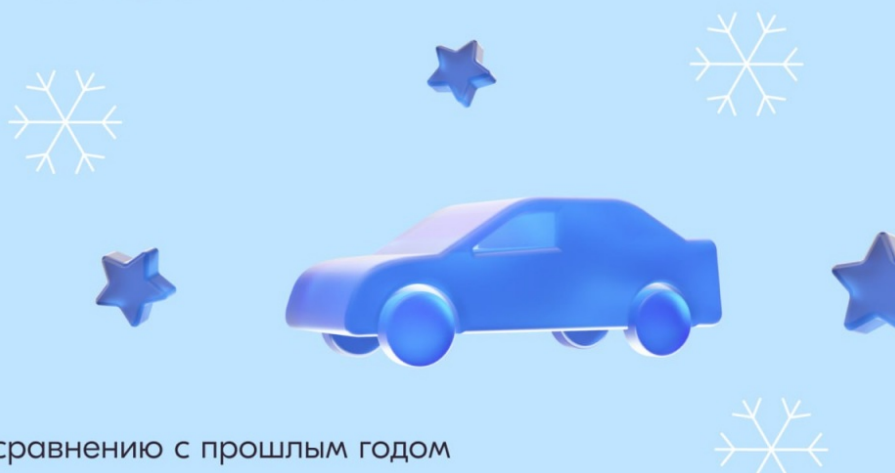
/НОВОСТЬ

Ozon подвел итоги «Новогодней распродажи», которая проходила на площадке с 29 ноября по 8 января:

- Оборот площадки увеличился на 74%, а оборот продавцов — на 96% год к году.
- Количество заказов выросло на 89%.
- Средняя стоимость заказа составила 1618 руб.
- Товары в распродажу добавили более 90 000 продавцов.
- Впервые сделали заказ свыше 1 500 000 клиентов.
- В лидерах продаж оказались сахар-песок, консервированная кукуруза, спагетти, детский новогодний набор из 12 книг, карандаш-пятновыводитель и удлинитель для гирлянды.

Категории, которые росли быстрее всего:

- Авто- и мототовары
- Мебель
- Одежда, обувь и аксессуары
- Строительство и ремонт
- Бытовая химия



*по сравнению с прошлым годом

Источник:

[Как прошла «Новогодняя распродажа»](#)

Новым гендиректором Почты России стал Михаил Волков

T.me, 11.01.2023 08:00:00

/новость

Совет директоров Почты России назначил новым генеральным директором компании Михаила Волкова. Он сменит на этом посту Максима Акимова.

Михаил Волков в 2021—2022 гг. возглавлял «Спортивные лотереи» (бренд «Национальная лотерея»). С 2017 по 2021 год был заместителем генерального директора Почты России по операционному управлению и розничной торговле. До этого занимал руководящие должности в Альфа-Банке, Банке Москвы и ВТБ.

Источник:

[Новый гендиректор Почты — Михаил Волков](#)



Директором по электронной коммерции «Магнита» назначен Гюванч Донмез

Magnit.com, 10.01.2023

/новость

«Магнит» назначил на должность директора по электронной коммерции Гюванча Донмеза. Он будет отвечать за формирование стратегии и масштабирование цифровых каналов продаж, формирование и развитие инфраструктуры электронной коммерции, а также за обеспечение выполнения ключевых финансовых показателей e-commerce.

До прихода в «Магнит» Гюванч Донмез с 2019 года последовательно занимал позиции главного исполнительного директора Delivery Club и главного исполнительного директора по foodtech в «O2O Холдинг».

Сервисы e-commerce «Магнита» на конец III квартала 2022 года охватывали свыше 11 300 офлайн-магазинов и 25 дарксторов в 66 регионах и 494 населенных пунктах. Самым крупным и быстрорастущим сегментом e-commerce «Магнита» является экспресс-доставка.



Источник:

[Гюванч Донмез возглавит электронную коммерцию «Магнита»](#)

Выручка сервиса «темных кухонь» ВкусВилла выросла в 5 раз в 2022 г.

Telega.ph, 10.01.2023

/новость

ВкусВилл рассказал о работе своего сервиса Сгоряча — сети «темных кухонь» (дарккитчен), где готовят свежие блюда по заказам покупателей:

- За 2022 год дарккитчен ВкусВилла приросли в выручке на 534%.
- Ежедневно команда проекта доставляет более 5500 заказов.
- В прошлом году число кухонь выросло в 2 раза. Сейчас открыто 66 дарккитчен.
- Блюда из каталога Сгоряча присутствуют уже в 8% чеков.
- Всего в меню более 100 наименований, каждый месяц ассортимент дополняют 10-15 новых блюд.



Источник:

[Горячие итоги: в пять раз выросла выручка сервиса Сгоряча от ВкусВилла](#)

Что и где покупали россияне онлайн в новогодние каникулы

Yookassa.ru, 13.01.2023

/исследование

По [данным ЮKassa](#), совокупное число покупок товаров и услуг в нерабочие дни с 1 по 8 января 2023 года выросло на 22% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, а обороты онлайн-площадок — на 11%. Россиян, которые делают покупки в интернете, стало больше на 11%. Средний чек снизился на 10%, составив 1027 руб. Больше всего россияне тратили на образование, игровые товары, а также услуги курьерских служб, тогда как в прошлом году — на продукты, одежду и туризм.

По [данным Банка Русский Стандарт](#), в новогодние праздники общее количество покупок в офлайне выросло на 25% относительно прошлого новогоднего сезона, а в онлайн — на 13%. Общая сумма покупок в офлайне увеличилась на 47%, а в онлайн — на 42%.

На первом месте по частоте онлайн-покупок в эти новогодние праздники оказались супермаркеты, средний чек составил 1547 руб. На втором месте — маркетплейсы (средний чек — 1769 руб.); на третьем — кинотеатры (сумма покупки — в среднем 843 руб.).



На **СберМегаМаркете** в период с 1 по 8 января активно [покупали](#) бытовую технику, гаджеты и кофе. По количеству заказов преобладали товары из категорий «Супермаркет», «Красота и уход». По объему продаж в денежном эквиваленте лидерами стали товары из категорий «Смартфоны и аксессуары», «Бытовая техника», «Аудио- и видеотехника», «Компьютерная техника» и «Супермаркет».

На **Wildberries** с 1 по 9 января 2023 года россияне заказали на 124% товаров больше, чем за аналогичный период 2022 года (*данные пресс-службы*). Больше всего в штуках приобрели косметики и парфюмерии, одежды, продуктов, смартфонов. Наиболее динамично рос спрос на ноутбуки и компьютеры (+277%), игровые консоли и игры (+264%), строительные инструменты (+238%), оборудование для умного дома и безопасности (+214%), товары для садоводства (+195%).

На **Авито** продажи мужской верхней одежды [выросли](#) на 81%, женской — на 28%, подарочных наборов свечей, сервизов и декора для дома — на 85%, настольных игр — на 41%.

Источник:

[Онлайн-игры, образование и курьерская доставка: на что россияне тратили в праздники](#)
[Россияне в праздники чаще всего покупали онлайн билеты в кино и товары на маркетплейсах](#)

[Что россияне покупали на маркетплейсах во время новогодних каникул](#)

Рынок нефармацевтической онлайн-розницы растет кратно по всем категориям

Т.ме, 11.01.2023

/исследование

Согласно данным группы компаний «Сириус», объем онлайн-рынка нефармацевтической розницы на ТОП-6 маркетплейсах по итогам 2022 года составил:

ОТС (безрецептурные препараты) — 2 млрд руб. (рост почти в 7 раз год к году). Лидером с долей 54% в сегменте стал Ozon.

БАД — 16,7 млрд руб. (рост почти в 3 раза). Суммарно лидирует Wildberries с долей 59%, на 2-м месте Ozon — 33%. Доля прочих маркетплейсов выросла с 2% до 8%.

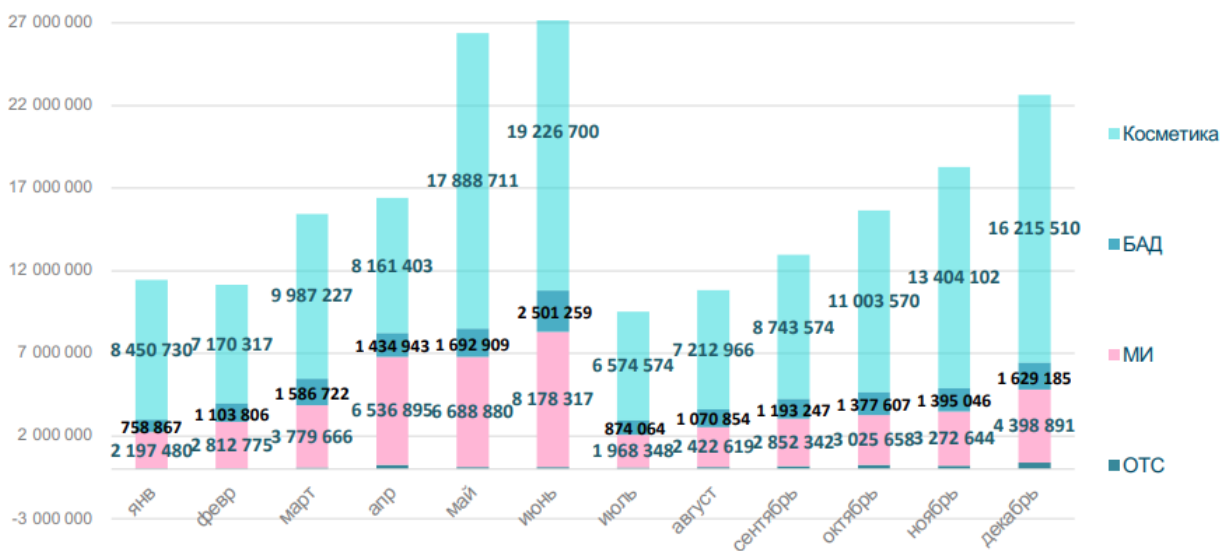
Косметика — более 134 млрд руб. (+35%). Лидером в сегменте остается Wildberries. Отмечен 5-кратный рост на KazanExpress. СберМегаМаркет увеличил обороты в категории в 3 раза. AliExpress потерял долю рынка и ушел с 3-го места на 6-е.

МИ (медицинские изделия) — 48 млрд руб. (рост почти в 2 раза). Ранее доминировал Ozon с долей более 60%. В 2022 году Ozon и Wildberries заняли почти равные лидерские позиции.

3. ФАРМРЫНОК в не ФАРМ E-COMM 2022 год



Динамика рынка ТОП-6 МР, 12 месяцев 2022, тыс.руб.



- Прирост по всем категориям МИНИМУМ 2-3 КРАТНЫЙ к 2021 ГОДУ*
- АТИПИЧНЫЙ скачкообразный всплеск продаж в мае-июне*
- 1 ПГ суммарно по всем категориям ВПЕРВЫЕ составил больше 2 ПГ 2022

Источник:

Подводим итоги 2022 года



На Wildberries в 2022 году искали кроссовки, футболки, пижамы

Wildberries.ru, 09.01.2023

/исследование

Wildberries рассказал о самых популярных поисковых запросах россиян на площадке в 2022 году:

- I квартал: гигиенические прокладки, бумага для принтера А4, сахар-песок
- II квартал: летнее платье, кроссовки, футболка
- III квартал: рюкзак школьный, картина по номерам, жгут кровоостанавливающий
- IV квартал: платье вечернее, наушники беспроводные, гирлянды

В 2022 году в ТОП поисковых запросов на Wildberries вошли «кроссовки», «футболка», «пижама».

Пользователи в 1,5 раза чаще искали отечественные бренды одежды и обуви, чем иностранные марки.

Около 89% от общего числа запросов сделали на Wildberries пользователи приложений.



Источник:

[Пресс-служба Wildberries](#)

Столкнувшись с трудностями, 29% покупателей уходят из онлайн в офлайн

Data.tedo.ru, 09.01.2023

/исследование

С проблемами на этапе выбора или покупки товара в течение полугода сталкивались 43% российских потребителей, показало исследование компании «Технологии Доверия» и НАФИ. В целом по стране 42% россиян отметили неудовлетворительную доставку, 41% — недостаток информации о товаре, 34% — плохое качество обслуживания, 29% — невозможность удобной оплаты.

При столкновении с трудностями 29% респондентов сменили канал для конкретной покупки с онлайн на офлайн, а 22% — ушли из физического магазина в онлайн. Жители южных регионов РФ (33% опрошенных) чаще других переходили из онлайн в офлайн.

Последствия трудностей, с которыми сталкивались россияне при выборе и покупке товаров



Покупки через интернет совершали 67% опрошенной аудитории, при этом 92% респондентов в последние полгода приобретали товары в физическом магазине. Смартфон для онлайн-шопинга используют 86% всех опрошенных, имеющих опыт покупок онлайн.

Источник:

[Комплексное изучение потребительских предпочтений россиян](#)

Материал размещен на правах рекламы

ММЛФ-2023: бизнес-форум для профессионалов в сфере логистики

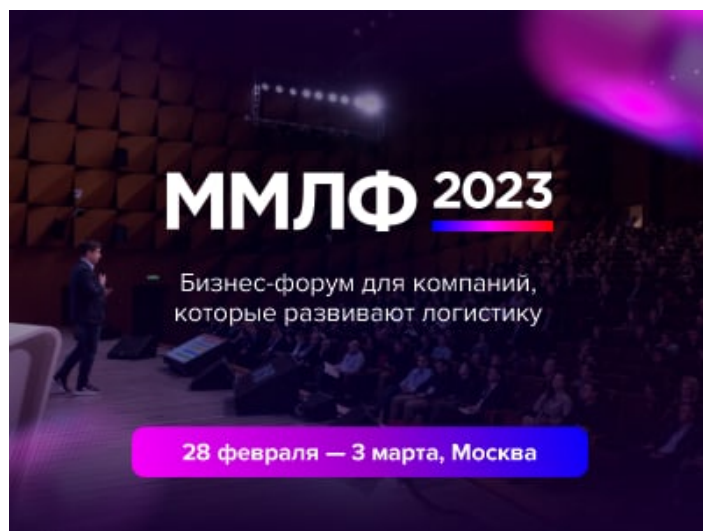
Mmlf.ru, 09.01.2023

/реклама

Ведущие торговые и производственные компании поделятся своим опытом на **26-ом Московском Международном Логистическом Форуме.**

На ММЛФ-2023 вы сможете:

- получить решения любых задач, которые стоят перед логистикой вашей компании;
- узнать о трендах, которые будут определять развитие отрасли в 2023 году;
- обменяться идеями со спикерами и другими участниками на конференции или в неформальной обстановке на афтерпати;
- найти поставщиков инновационных решений, которые обеспечат вашей логистике прорыв в части производительности и надежности.



Программа ММЛФ-2023 состоит из 4-х мероприятий:

Практический семинар — 28 февраля-1 марта

Практический семинар пройдет в формате интенсива. Всего за 2 дня участники узнают 40 самых эффективных способов снизить затраты в цепях поставок компании.

Конференция — 2 марта

Конференция — это основной день ММЛФ-2023. В этом году она объединит 1000+ профессионалов из сферы логистики и управления цепями поставок. Выступят более 80 спикеров из крупнейших торговых и производственных компаний. Они поделятся опытом решения актуальных задач в рамках 12 тематических сессий.

[Перейти на сайт](#)

Экскурсии на склады — 3 марта

Участники узнают, как выстраивают логистические процессы лидеры отрасли, и смогут разобраться в преимуществах и недостатках всех доступных технологий и «подводных камнях» при их внедрении и эксплуатации.

Афтерпати — 3 марта

ММЛФ-2023 завершится бизнес-вечеринкой для логистов Priemka Party.

Источник:

[ММЛФ-2023: бизнес-форум для профессионалов в сфере логистики](#)



Data Insight. Выход на рынок Китая: продажи на маркетплейсах

Datainsight.ru, 09.01.2023

/реклама

Data Insight представляет исследование «Выход на рынок Китая: продажи на маркетплейсах».

Исследование отвечает на вопросы:

- Что надо сделать, чтобы выйти на рынок Китая?
- Стоит ли выходить?
- Каким компаниям проще это сделать?
- На что обращать особое внимание на китайском рынке?
- Есть ли товары, которые «ждут» в Китае?
- Какой профиль среднестатистического китайца-покупателя и китайца-бизнесмена?

Состав исследования:

- Обзор рынка онлайн-продаж Китая
- Шаги по выходу на рынок Китая
- Поиск и работа с китайскими партнерами
- Особенности ведения бизнеса в Китае
- Опыт российских компаний (Synergetic и SPLAT) «от первого лица»
- Основные выводы
- Справочные материалы (схема действий, список крупнейших выставок, новости)



Скачать: [Краткий обзор «Выход на рынок Китая: продажи на маркетплейсах»](#) (pdf, 1 Мб)

Источник:

[Выход на рынок Китая: продажи на маркетплейсах](#)

Весь мир:

Ozon открыл представительство в Кыргызстане

Corp.ozon.ru, 12.01.2023

/новость

В рамках развития международного бизнеса Ozon запустил в Бишкеке офис и сортировочный центр. Компания планирует за счет привлечения локальных поставщиков расширить ассортимент глобальной витрины, в том числе категорий «товары для дома» и «одежда, обувь, аксессуары».

Открытие логистического комплекса в Кыргызстане упростит местным предпринимателям выход на российский рынок и позволит продавать на аудиторию из 32 млн покупателей. Для предпринимателей из Кыргызстана доступны все схемы доставки в Россию.

Это уже третья страна СНГ, где компания локализует бизнес на базе собственной логистической инфраструктуры. Ozon также развивает бизнес в Беларуси и Казахстане.



Источник:

[Ozon будет развиваться в Кыргызстане](#)

Выручка Asos снизилась на 3% за последние 4 месяца 2022 г.

Asosplc.com, 12.01.2023

/НОВОСТЬ

По итогам четырех месяцев, которые завершились 31 декабря 2022 года, выручка британского онлайн-ритейлера Asos снизилась на 3%, что соответствует ожиданиям. Число активных клиентов осталось на уровне 25,5 млн. Продажи в Великобритании упали на 8%, отражая слабые потребительские настроения. В ЕС продажи выросли на 6%, в США снизились на 2%, в остальном мире упали на 10%.

£m ⁱ	Four months to 31 December				CCY change ex Russia ⁱⁱⁱ
	2022	2021	CCY ⁱⁱ change	Reported change	
UK total sales	591.3	645.2	(8%)	(8%)	
EU total sales	417.3	390.2	6%	7%	
US total sales	198.1	172.6	(2%)	15%	
ROW total sales	129.8	185.1	(31%)	(30%)	(10%)
Total group revenue^{iv}	1,336.5	1,393.1	(6%)	(4%)	(3%)

«Мы проводим необходимые стратегические и операционные изменения, при этом наш фокус смещается с приоритетов роста выручки на построение более актуального и конкурентоспособного модного бизнеса с дисциплинированным подходом к распределению капитала и рентабельности инвестиций», — отмечает глава компании Хосе Антонио Рамос Каламонте.

Источник:

[Trading statement for the four months ended 31 December 2022](#)



В Великобритании розничные онлайн-продажи упали на 10,5% в 2022 г.

Imrg.org, 10.01.2023

/новость

Розничные онлайн-продажи в Великобритании в 2022 году снизились на 10,5%. Впервые IMRG Online Retail Index, отслеживающий онлайн-продажи 200 ритейлеров, фиксирует отрицательный показатель по итогам года. Предыдущий самый низкий уровень роста составил +2,7% в 2021 году.

В декабре 2022 года онлайн-продажи в Великобритании упали на 12%, что ниже среднего значения за три месяца (-5%), шесть месяцев (-4%) и 12 месяцев (-10%).

Рост в декабре наблюдался лишь в подкатегориях нижнего белья (+0,9% г/г), ухода за волосами (+9,1% г/г) и косметики (8,3% г/г). Однако продажи по-прежнему падали в их основных категориях: одежда (-6,1% г/г) и здоровье и красота (-11,8% г/г).

Одежда — единственная из основных категорий, которая достигла положительного роста в 2022 году (+2,5%). Значительное снижение показали электроника (-18,1%) и товары для дома и сада (-17,6%).

Средняя стоимость корзины выросла с £121 в 2021 году до £134 в 2022-м из-за инфляции и других факторов.

Источник:

[December Collapse Completes Online Retail's Lowest Ever Growth](#)



Глобальные онлайн-продажи в праздничный сезон 2022 превысили \$1,14 трлн

Prnewswire.com, 09.01.2023

/новость

По данным Salesforce, в ноябре-декабре 2022 года потребители во всем мире потратили онлайн \$1,14 трлн, а в США — \$270 млрд. Покупатели вернули 1,39 млрд праздничных заказов — 13% от общего числа. По сравнению с предыдущим годом объем возвратов вырос на 63%.



Средняя скидка составила 21% по сравнению с 19% годом ранее. Лучшие предложения можно было найти в категориях косметики, ухода за кожей и макияжа со средней скидкой 29%, а также повседневной одежды и сумок — 27%.

Почти каждый пятый онлайн-заказ по всему миру был оформлен с самовывозом из магазина.

Переходы из социальных сетей достигли рекордно высокого уровня, обеспечив 12% всего мобильного трафика (+23% в годовом исчислении). Бельгия, Италия и США — страны с наибольшим количеством покупателей, ориентированных на социальные сети.

Источник:

[Global Online Sales Top \\$1.14T During 2022 Holiday Season, Salesforce Data Reveals](#)

OLX: малый и средний бизнес в Казахстане массово переходит в онлайн

Blog.olx.kz, 12.01.2023

/исследование

Основным трендом e-com Казахстана в 2022 году аналитики сервиса объявлений OLX.kz назвали продолжение динамики перехода в онлайн малого и среднего бизнеса.

Онлайн-платформы превращаются в цифровую среду, где можно комплексно решить разные задачи, а для представителей МСБ становятся фундаментом для продолжения работы и привлечения новых клиентов. Число интернет-магазинов, открытых на базе OLX, в 2022 году в 4 раза превысило показатели предыдущего года.

В 2022 году аудитория OLX.kz преодолела отметку в 11 млн активных пользователей в месяц. В среднем совершалось около 12 сделок в минуту. Самыми популярными категориями онлайн-торговли стали мобильные телефоны, недвижимость и изготовление мебели.



Источник:

[Тенденции и аналитика, как растет рынок e-commerce в Казахстане – OLX подводит итоги 2022 года](#)

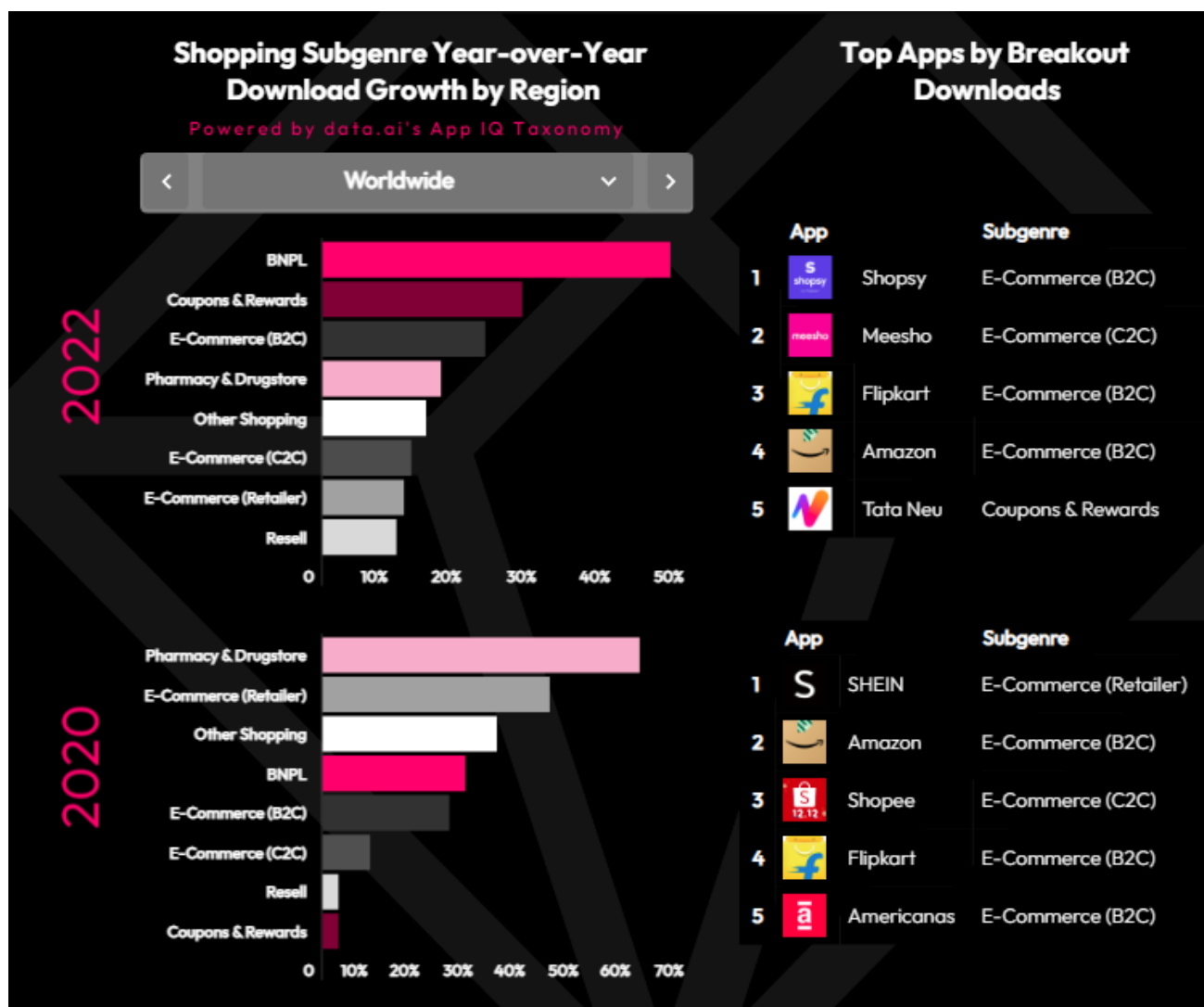
Потребители провели в шопинг-приложениях почти 110 млрд часов в 2022 г.

Data.ai, 11.01.2023

/исследование

Согласно отчету State of Mobile 2023, потребители в 2022 году провели в шопинг-приложениях почти 110 млрд часов* — на 9% больше, чем годом ранее. В 2021 году этот показатель вырос на 19%, а в 2020-м — на 31,6%. В числе растущих рынков отмечены Индия, Индонезия, Бразилия, Мексика, Аргентина.

В 2022 году мобильные приложения стали важным инструментом экономии денег. Количество загрузок приложений с купонами и вознаграждениями выросло на 27% в годовом исчислении. Установки BNPL-приложений также сохранили уверенный рост (+47%), особенно в Европе, Азии, Южной Америке, Африке и на Ближнем Востоке.



*Данные data.ai по Android-устройствам

Источник:

[State of Mobile in 2023](#)



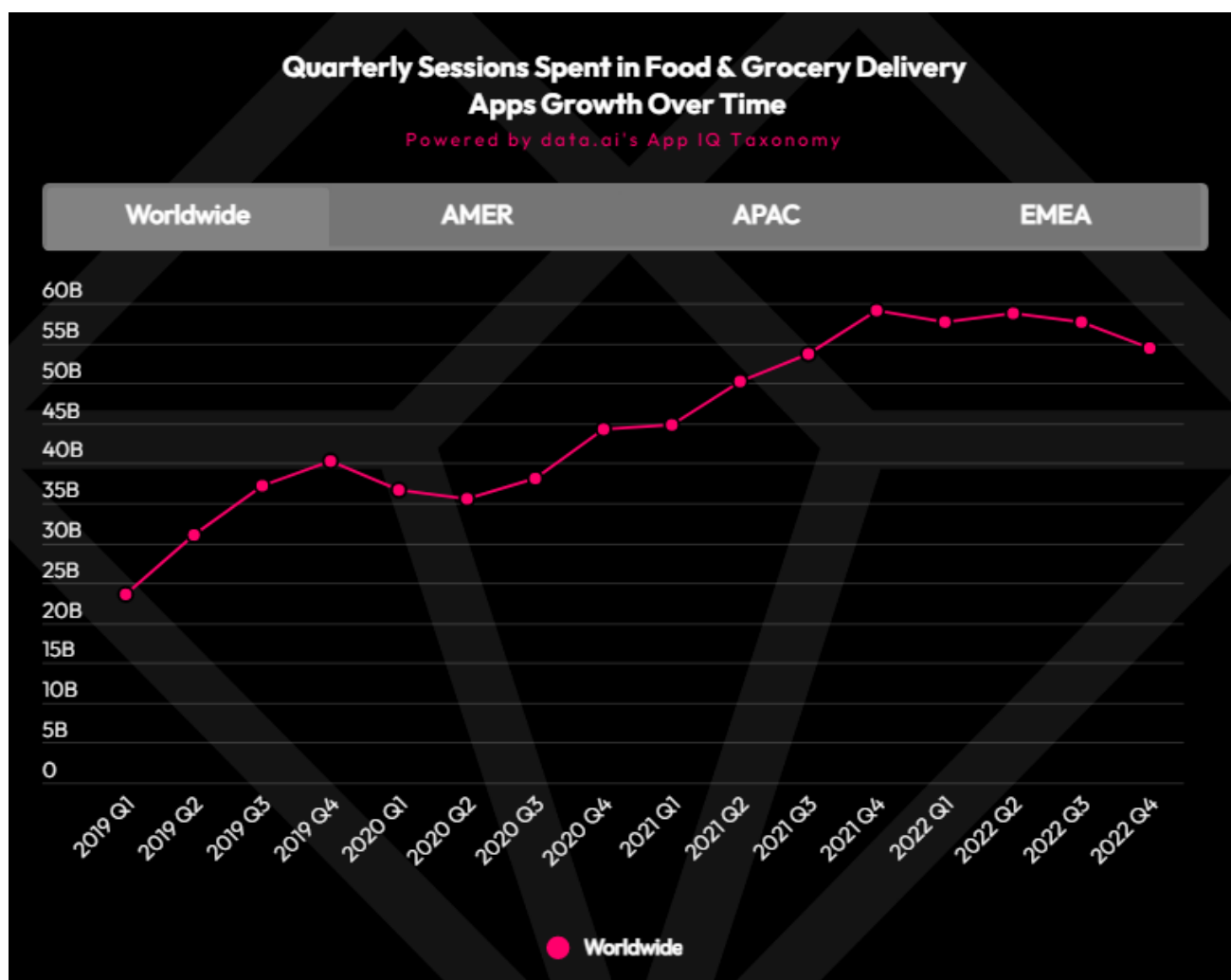
Число сессий в приложениях для заказа еды выросло на 10% в 2022 г.

Data.ai, 11.01.2023

/исследование

По данным data.ai, во всем мире в 2022 году количество сессий в приложениях для заказа еды и продуктов выросло на 10%, тогда как в 2021 году рост составил 35%, а в 2019 году — 17%. Рост на некоторых рынках остановился, в то время как другие продолжают процветать. Так, количество сеансов в Бразилии в 2022 году немного сократилось, в то время как в Индии, Германии, Франции, Японии и Турции сохранился сильный рост.

По числу загрузок в мире лидировали приложения Zomato, Uber Eats, McDonald's App, Grab и Swiggy Food Delivery. По среднемесячному количеству пользователей топ возглавили Grab, Zomato, Uber Eats, foodpanda и Swiggy Food Delivery.



Источник:

[State of Mobile in 2023](#)

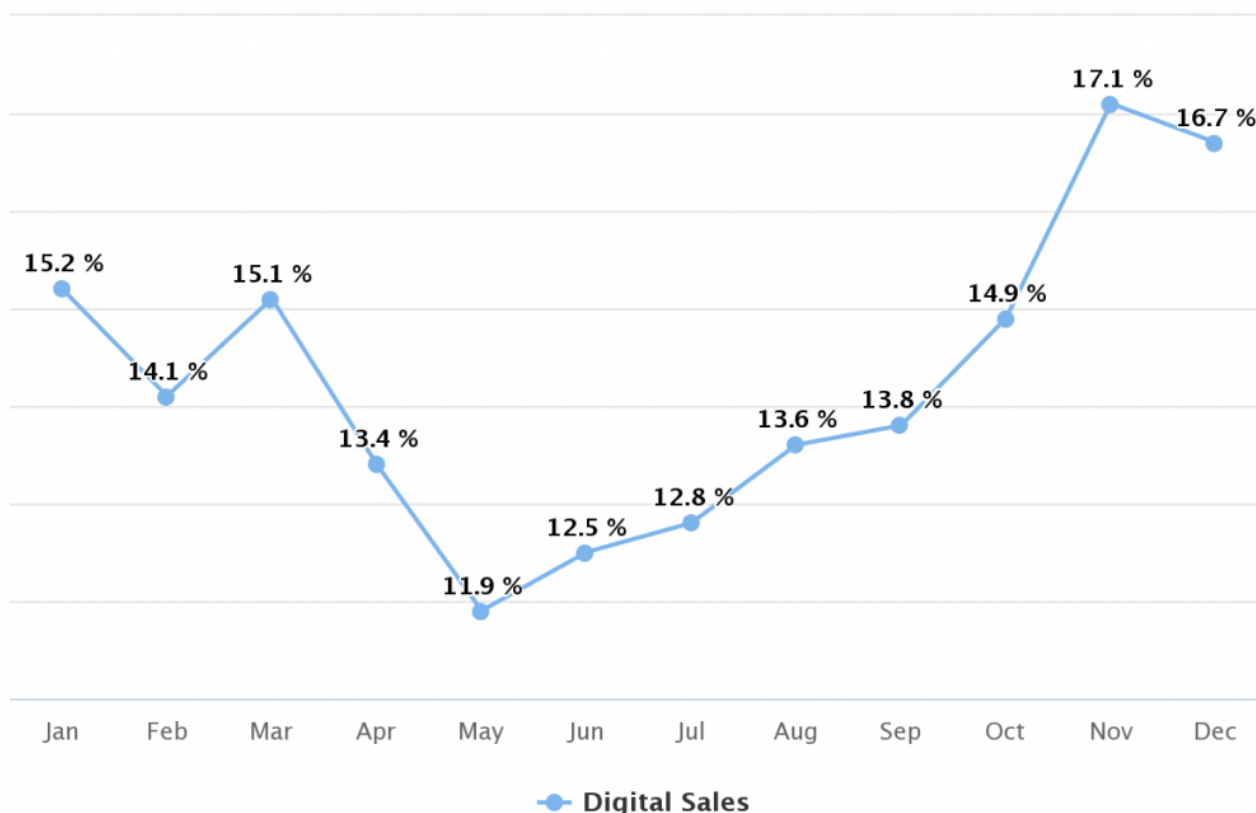
Более 14% продаж в категории grocery в США приходится на онлайн

Grocerydoppio.com, 09.01.2023

/исследование

По оценкам Grocery Doppio, в 2022 году 14,4% продаж товаров повседневного спроса (grocery) в США были цифровыми, их объем составил \$128 млрд. Онлайн-заказы совершали 63% покупателей в категории. Источником 69% онлайн-продаж стали собственные сайты ритейлеров.

Доля цифровых продаж падала до мая 2022 года, когда покупатели вернулись в магазины. Онлайн-продажи выросли с июня 2022 года, а самый большой вклад за год пришелся на ноябрь (17,1%). К 2026 году доля онлайн-продаж в сегменте может превысить 20%.



Прогнозируется, что в 2023 году объем рынка eGrocery в США составит \$146 млрд, а его доля — 15,3%. Ожидается, что 87% всех покупателей в категории будут делать заказы через интернет.

Источник:

[2022 Performance Scorecard: State of Digital Grocery](#)



Доля Instacart на американском рынке доставки продуктов уменьшается

Insiderintelligence.com, 09.01.2023

/исследование

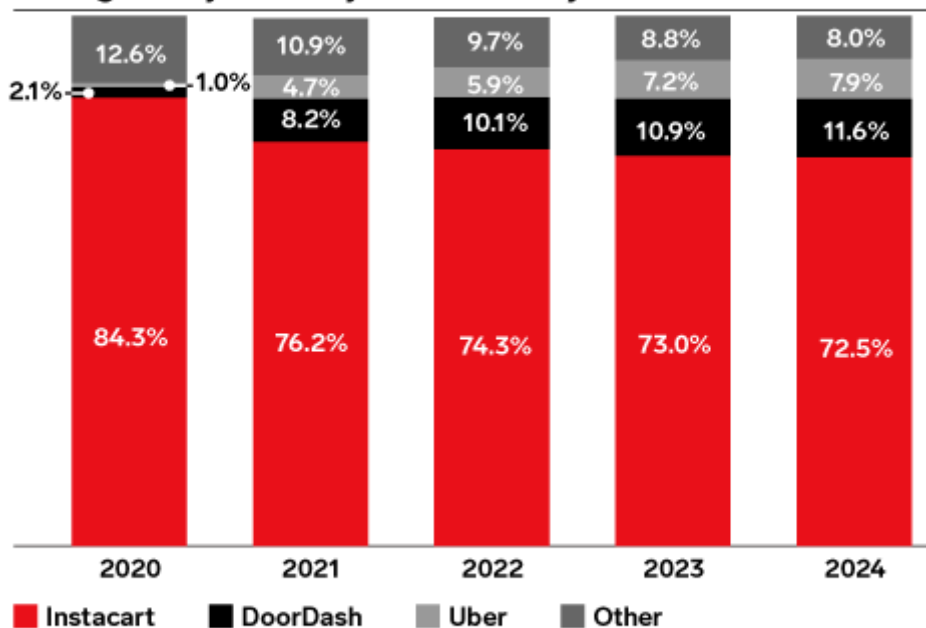
В новом году среди сервисов доставки продуктов в США продолжит лидировать Instacart, на долю которого придется 73% онлайн-продаж в сегменте. Однако его доминирование подрывают конкуренты, такие как DoorDash и Uber.

По прогнозу Insider Intelligence, онлайн-продажи продуктов в США продолжат расти и в 2023 году достигнут \$160,91 млрд, что на 14,8% больше, чем в 2022-м.

DoorDash и Uber сталкиваются с жесткой конкуренцией со стороны Instacart. Они могут нарастить свою долю рынка за счет партнерских отношений с ритейлерами и дополнительных категорий — таких как здоровье, личная гигиена и корм для домашних животных.

US Digital Grocery Sales Share Among Delivery Intermediaries, 2020-2024

% of grocery delivery intermediary sales



Note: sales of grocery products ordered via site/app; excludes taxes and tips; includes pickup and delivery; numbers may not add up to 100% due to rounding
Source: eMarketer, Aug 2022

277629

eMarketer | InsiderIntelligence.com

Источник:

[Instacart dominates grocery delivery, but Uber and DoorDash are catching up](#)

Подкасты о e-commerce

Digital Voice

Е-commerce рынок Узбекистана: новый Великий Шелковый Путь Константин Маслов UZUM

ЕХ-коммерческий директор СберМегаМаркета Константин Маслов переехал в Узбекистан, чтобы развивать бизнес местного маркетплейса UZUM. Разговор про развитие рынка, возможности для российских селлеров, потребность в кадрах и опыт переезда в новую страну.

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

A blue square logo with the text "DigitalVoice" in white.

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.