

# Рынок электронной торговли

## Новостной мониторинг

---

Выпуск 2023 / № 12

20 Марта 2023 - 26 Марта 2023

### **В выпуске:**

#### **Россия:**

Data Insight: На онлайн-продажи пришлось 15% всего ритейла в 2022 г.

Wildberries запустил 50 тыс. кв. м новой очереди логоцентра в Краснодаре

Количество онлайн-заказов Fix Price выросло в 2,3 раза в 2022 г.

Wildberries представит собственные бренды электроники и бытовой техники

На витрине Ozon fresh за год сделали более 22 млн заказов

Delivery Club запустил доставку товаров для взрослых

Ozon ускорил модерацию товаров в 10 раз с помощью машинного обучения

VK — самая подходящая соцсеть для продаж по мнению предпринимателей

Доля канала e-com в российской фармрознице достигла 16,5% в 2022 г.

Тарифы и скорость — решающие условия для выбора партнера в доставке

Самые популярные продукты в онлайн — вода, кофе, чай

Data Insight: Бюллетень eGrocery в России

#### **Весь мир:**

Цифровые продажи бренда Nike выросли на 20% в III кв. фингода

Жители Нидерландов потратили онлайн 33,3 млрд евро в 2022 г.

Продажи товаров из Кыргызстана на Wildberries превысили 10 млрд руб. в 2022 г.

Выручка PDD выросла на 39% в 2022 г.

Индонезийская цифровая экосистема GoTo нарастила убыток в 2022 г.

Миллениалы станут лидерами по e-commerce расходам в 2023 г.

Adobe: Онлайн-продажи продуктов в США выросли более чем на 10% в 2022 г.

18,1% розничных расходов австралийцев пришлось на онлайн в 2022 г.

#### **Подкасты о e-commerce**



## Россия:

# Data Insight: На онлайн-продажи пришлось 15% всего ритейла в 2022 г.

Datainsight.ru, 23.03.2023

/НОВОСТЬ

**Data Insight** публикует ежегодный отчет «Интернет-торговля в России 2022». Отчет подготовлен при поддержке генерального партнера — [Adv.Cake](#), а также партнеров исследования: [Boxberry](#), [Cainiao](#), [Dalli](#), [Flowwow](#), [Logsis](#), [Market Papa](#), [MetaShip](#), [Tinkoff ID](#), [Tinkoff PAY](#) и [Webit](#).

### Основные выводы:

- В 2022 году объем рынка розничной интернет-торговли в России составил **5,7** трлн руб. и **2,8** млрд заказов.
- Темпы роста количества заказов **+65%**. 2022 год вошел в тройку лучших годов российского рынка eCommerce по динамике числа заказов. Объем рынка в рублях вырос на **38%**.
- Средний чек продолжает снижаться: по итогам 2022 года он составил **2 010** руб., это на **16%** ниже прошлогодних показателей.
- Доля онлайн-продаж продолжает расти: в 2022 году на них пришлось **15%** от всего ритейла и **30%** от рынка недовольственного ритейла (+3 п.п. и +5 п.п. год к году соответственно). Все данные указаны без учета продаж автомобилей и топлива.
- По прогнозу Data Insight, в 2023 году объем продаж на российском рынке eCommerce достигнет **7,4** трлн руб., рост составит **30%**. Количество выполненных заказов на рынке eCommerce достигнет **4,6** млрд (**+64%**).

## 0 / Онлайн B2C в России, 2022

5

«Интернет-торговля» (B2C-торговля) – покупка материальных товаров через интернет, где под покупкой понимается заказ товара через сайт или мобильное приложение с устройства пользователя, вне зависимости от способа оплаты и получения заказа. В указанные данные входят только заказы покупателей из России у российских продавцов (юрлиц и ИП); в указанные цифры не входит трансграничная торговля в обе стороны, а также торговля между частными лицами.

  
**2,8 млрд**  
заказов  
**+64%**

  
**2 010 руб.**  
средний чек  
**-16%**



Источник: данные Data Insight, март 2023

 Adv.Cake 

Источник:

[Интернет-торговля в России 2022](#)

# Wildberries запустил 50 тыс. кв. м новой очереди логосцентра в Краснодаре

Wildberries.ru, 23.03.2023

/новость

Общая площадь логистического комплекса Wildberries в Краснодаре выросла вдвое до 100 тыс. кв. м. Инвестиции в строительство составили 7,5 млрд руб., из них около 3,75 млрд руб. пришлось на возведение второй очереди.

Расширение присутствия в Краснодарском крае продиктовано интенсивным развитием онлайн-торговли в регионе как в плане потребительского спроса, так и освоения онлайн-каналов местным бизнесом.

За календарный год с февраля 2022 на платформе зарегистрировались свыше 5,5 тыс. новых краснодарских предпринимателей, а их общее число превысило 25,2 тыс. Продажи представителей местного бизнеса выросли на 162% год к году до 7,5 млрд руб.



Источник:

[Пресс-служба Wildberries](#)

# Количество онлайн-заказов Fix Price выросло в 2,3 раза в 2022 г.

Fix-price.com, 22.03.2023

/новость

Покупатели Fix Price в 2022 году совершили более 1 млн онлайн-заказов, что в 2,3 раза больше по сравнению с 2021 годом. Средний чек одного заказа через веб-витрину составил 1,2 тыс. руб., тогда как в офлайн-магазинах сети — 324 руб.

Чаще всего товары онлайн покупают женщины в возрасте 20-54 лет (82%), проживающие в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге.



Самым популярным способом получения заказов из Fix Price является самовывоз из ближайшего магазина. Самые популярные товары в онлайн — кондитерские изделия, бакалея и безалкогольные напитки.

Согласно маркетинговому исследованию, проведенному по заказу Fix Price осенью прошлого года, 64% опрошенных покупают товары сети как онлайн, так и офлайн.

Источник:

[Количество онлайн-заказов Fix Price в 2022 г. выросло в 2,3 раза](#)



# Wildberries представит собственные бренды электроники и бытовой техники

Wildberries.ru, 21.03.2023

/новость

На Wildberries станут доступны около 100 новых наименований различной бытовой техники и электроники под собственными торговыми марками: холодильники, стиральные машины, пылесосы, блендеры, миксеры, телевизоры и др.

Стоимость продукции — в среднем ценовом сегменте. Заказы на сборку компания разместила на производствах КНР, России и Беларуси.

Тестовые поставки и продажи электроники уже начались. В первое время технику от Wildberries смогут приобрести покупатели из России, а позже — и в других странах присутствия компании.

Через несколько месяцев на Wildberries также появятся носимые гаджеты под собственными торговыми марками: планшеты, ноутбуки и смартфоны.

Источник:

[Пресс-служба Wildberries](#)



# На витрине Ozon fresh за год сделали более 22 МЛН заказов

T.me, 21.03.2023 15:51:00

/новость

Ozon подвел итоги работы сервиса экспресс-доставки Ozon fresh. Год назад компания перезапустила это направление под новым брендом и с новой концепцией.

- Сегодня Ozon fresh работает в 9 городах.
- На витрине уже более 35 тыс. товарных позиций с доставкой от одного часа.
- Топ-5 продуктов: молоко, картофель, бананы, батон, вода 5 л.
- За год в Ozon fresh сделали более 22 млн заказов.
- Открыты собственная пекарня и производство готовой еды.
- Запущено 378 новых позиций под собственным брендом.



Источник:  
[Ozon HQ](#)

# Delivery Club запустил доставку товаров для взрослых

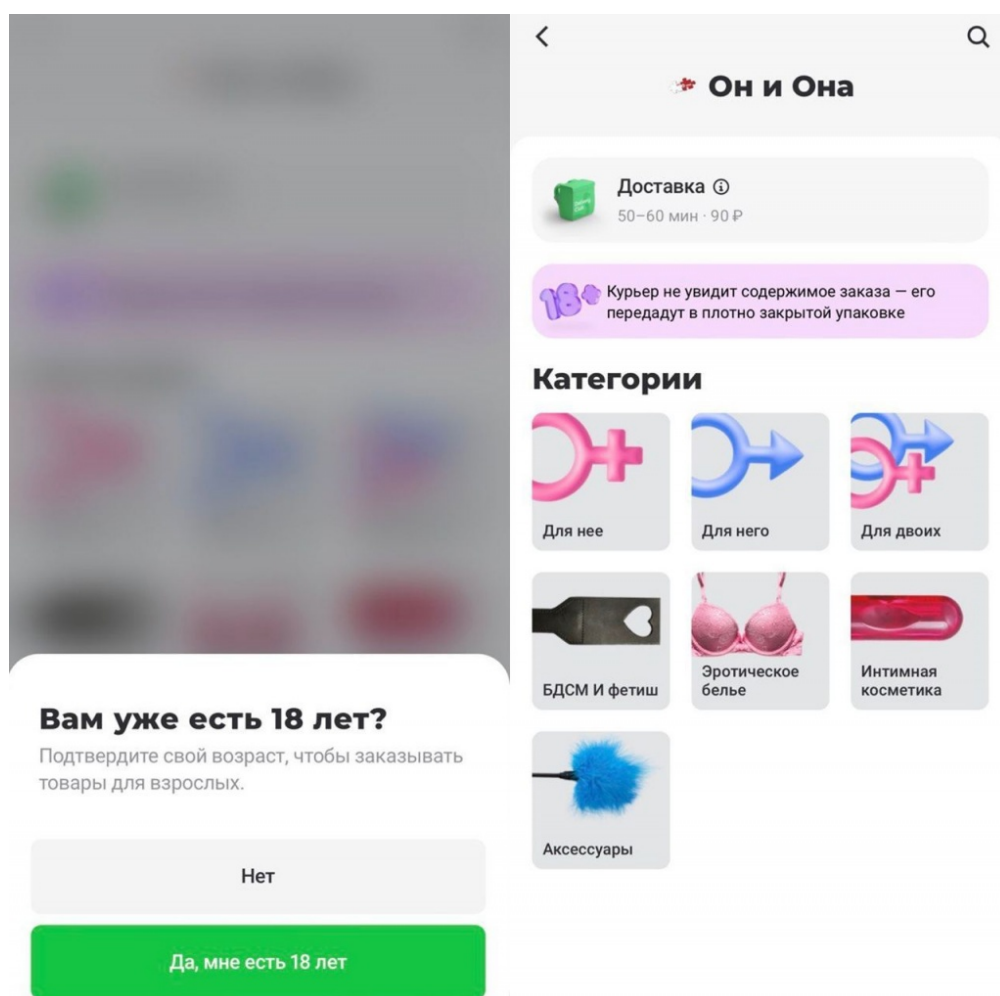
Shoppers.media, 21.03.2023 15:21:00

/новость

Delivery Club начал доставлять товары для взрослых из специализированных сетей в Москве и некоторых городах Подмосковья. Оформить заказ можно в приложении Delivery Club, через Яндекс Еду и Яндекс Маркет, привезут его с доставкой от 20 минут, сообщает [Shopper's](#).

Первыми к Delivery Club подключилась торговая сеть «Он и она». Покупка доставляется в непрозрачной упаковке, а курьерам не будет известно, что в ней. Стоимость доставки и минимальная сумма заказа зависит от расположения ближайшего магазина сети.

Вскоре доставка появится в других регионах страны, к сервису подключатся новые партнеры: «Точка любви» и «Розовый кролик».



Источник:

[Delivery Club начал доставлять товары для взрослых](#)

# Озон ускорил модерацию товаров в 10 раз с помощью машинного обучения

Corp.ozon.ru, 20.03.2023

/новость

Озон разработал собственную систему модерации карточек товаров на базе методов machine learning (ML). Товар анализируется в среднем менее трех минут перед размещением, что в 10 раз быстрее ручной модерации.

При выявлении проблемы товар не допускается на маркетплейс или отправляется на ручную проверку. Технология создана собственной IT-командой Ozon Tech и поэтапно внедряется в бизнес-процессы маркетплейса.

Ежедневно продавцы размещают более одного миллиона новых товарных наименований на маркетплейсе, и более 20% из них уже проходят автоматизированную модерацию. В перспективе так будет обрабатываться большинство карточек. Служба контроля качества Ozon проводит также постмодерацию уже размещенных на площадке товаров с помощью ML-моделей.



Источник:

[Озон ускорил модерацию товаров в 10 раз с помощью машинного обучения](#)



# VK — самая подходящая соцсеть для продаж по мнению предпринимателей

Dzen.ru, 24.03.2023

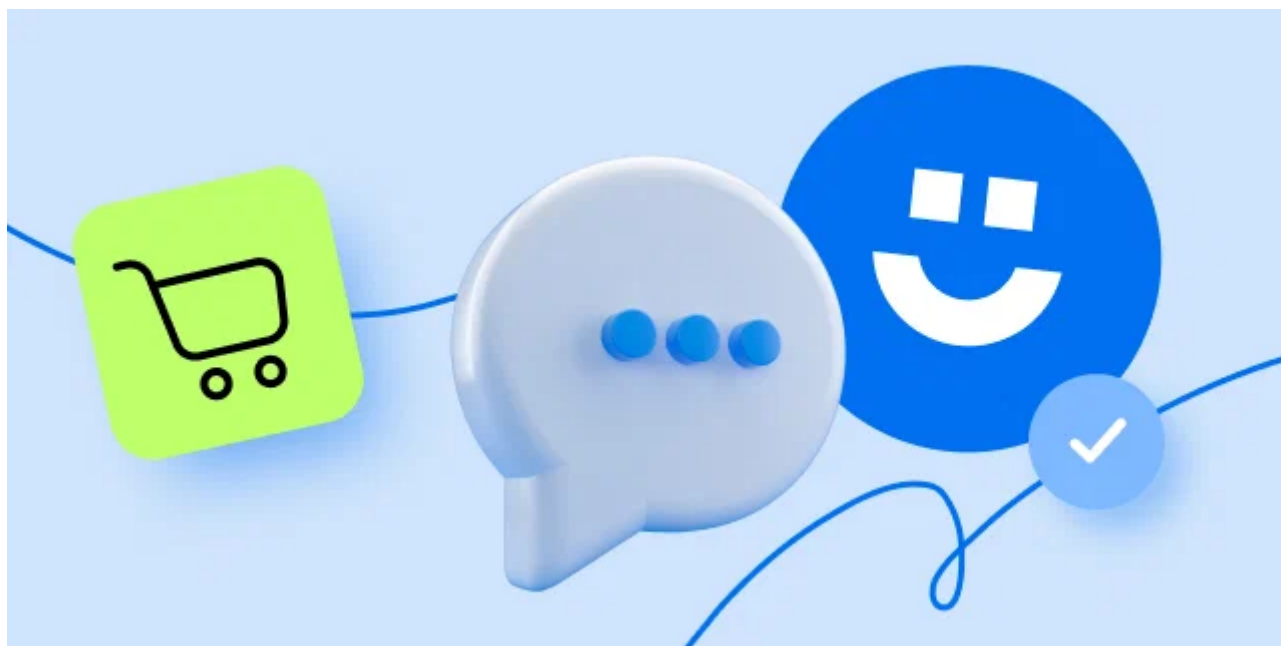
/исследование

Половина опрошенных ЮKassa предпринимателей в 2022—2023 гг. завели каналы в Telegram, 37% — аккаунты в VK. Около 12% ушли в Дзен, 6% решили попробовать Одноклассники, а 3% — Rutube.

62% респондентов продают товары и услуги в VK, 43% — в Telegram. Продажи в Одноклассниках есть у 5%, в Дзене — у 4%. 21% опрошенных не продают в соцсетях и используют для этого маркетплейсы и собственные сайты. Некоторые пробуют продавать в ЯRUS, Tenchat, через YouTube и 2ГИС.

По мнению 39% бизнесменов, самая подходящая соцсеть для продаж в 2022—2023 гг. — это VK. На втором месте Telegram (29%), на третьем — Дзен (ок. 12%), Одноклассники, RuTube и YouTube — около 20% респондентов. А один из бизнесменов открыл офлайн-точку — по его мнению, это самый надежный канал.

Продажи в российских соцсетях оценивают в основном средне — 36% респондентов отметили, что площадкам еще есть, над чем работать.



Источник:

Не только Telegram и VK: в каких соцсетях предприниматели продают в 2023 году

# Доля канала e-com в российской фармрознице достигла 16,5% в 2022 г.

Rncph.ru, 24.03.2023

/исследование

В рамках онлайн-канала фармрынка России суммарный рублевый объем продаж/бронирования продукции аптечного ассортимента (ЛП + парафармацевтика) по итогам 2022 года достиг 294,6 млрд руб. (в ценах конечного потребления, включая НДС), по данным RNC Pharma.

Рублевая динамика составила 40,3% (в 2021 году показатель вплотную приблизился к 53%). В I кв. 2022 года продажи продемонстрировали долгосрочный показатель прироста на уровне практически 70%, а в IV кв. зафиксированы только 18,7%.

В общем объеме российской фармрозницы, включая продажи парафармацевтики, доля канала электронной коммерции по итогам 2022 года достигла рекордных 16,5% — прежде всего, за счет относительно низкой активности офлайн канала, динамика которого в анализируемом периоде была примерно втрое ниже, чем в e-com.

Суммарная выручка организаций из топ-20 составила 260,5 млрд руб. Двухзначную динамику демонстрирует только «Апрель»: за год продажи компании в онлайн-канале выросли в 2,6 раза. «Аптека.ру» показала прирост на уровне 24%, «Здравсити» на 48%, а «АСНА» на 62%.

Источник:

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

№	Компания*	Центральный офис	Объем валовых e-com продаж в 2022, млрд. руб.	Прирост продаж относительно 2021, %, руб.	Доля <sup>1</sup> на розничном-коммерческом сегменте фармрынка (ЛП + не ЛП) по итогам 2022, %, руб.
1	Аптека.Ру	Новосибирск	73,4	24	4,1
2	Ригла	Москва	25,3	50	1,4
3	Еаптека	Москва	23,9	78	1,3
4	Апрель	Краснодар	15,0	158	0,8
5	АСНА	Москва	14,9	62	0,8
6	Неофарм	Москва	13,7	54	0,8
7	Здравсити	Москва	13,4	48	0,8
8	ОАС Эркафарм и Мелодия Здоровья	Новосибирск	13,0	87	0,7
9	ИРИС	Москва	12,2	28	0,7
10	Ютека	Москва	7,9	-	0,4
11	Аптечная сеть 36,6	Москва	7,7	85	0,4
12	Фармленд	Уфа	7,2	44	0,4
13	Здоров.ру	Москва	6,8	48	0,4
14	Планета Здоровья <sup>2</sup>	Пермь	6,4	43	0,4
15	Вита (Самара)	Самара	6,3	12	0,4
16	Монастырев.рф	Владивосток	5,6	17	0,3
17	Имплозия <sup>2</sup>	Самара	3,6	-5	0,2
18	Ваша №1	Москва	1,8	51	0,1
19	Аптека25.рф	Владивосток	1,6	24	0,1
20	Алоэ (Ранее Эдифарм)	С.-Петербург	0,5	-	0,03

1 - доля рассчитана от суммарного объема коммерческого розничного рынка ЛП и парафармацевтики РФ  
2 - экспертная оценка

Источник RNC Pharma®: Рейтинг российских аптечных сетей

\* в числе представителей e-com сегмента мы учитываем только организации, в которых в качестве базового ассортимента представлена лекарственная продукция, так же в данных объемах не включена выручка представителей серого он-лайн бизнеса, связанных с поставками в Россию оригинальных препаратов из других стран, и сервисы, продающие незарегистрированные в России дженерики

\*\* в рейтинг не включена компания ozon.ru по причине отказа предоставления необходимых для расчета данных



# Тарифы и скорость — решающие условия для выбора партнера в доставке

Vk.com, 22.03.2023 08:26:00

/исследование

Сервис 5Post выяснил, на что обращают внимание российские интернет-магазины и маркетплейсы при выборе партнера в сфере доставки.

Ключевые условия — тарифы и скорость доставки (более 50% респондентов отметили этот фактор как самый важный). Второй по важности критерий — широкая география. Отдельное внимание уделяется разнообразию способов получения. Наряду с классическими факторами важен и уровень автоматизации.

Самым удобным способом получения заказа для клиентов 47,4% опрошенных предпринимателей назвали пункт самовывоза, около 30% — постамат, только 10% — доставку до двери.

Среди самых распространенных проблем, с которыми сталкиваются компании в сфере логистики: увеличение сроков доставки, потеря или порча груза и низкий уровень сервиса при оказании услуги.



Источник:

[Тарифы и роботизация: бизнес назвал решающие условия для выбора партнера в доставке](#)

# Самые популярные продукты в онлайн — вода, кофе, чай

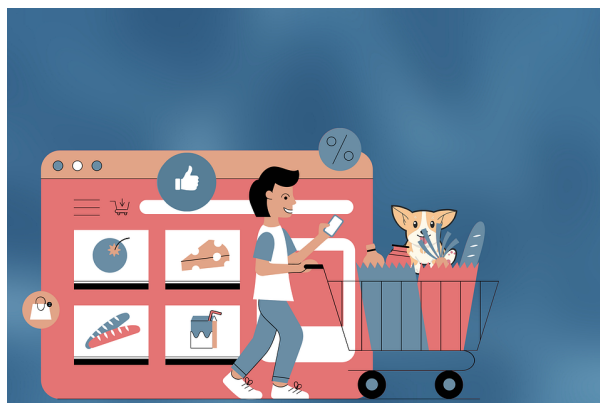
Retail.ru, 22.03.2023 11:24:00

/исследование

По данным Price.ru, в топ-10 самых популярных у россиян продуктов в онлайн входят вода (+7% по сравнению с 2021 годом), кофе (+16%), чай (+9%), торты (+6%), конфеты (+11%), курица (+8%), сахар (+91%), рыба (+7%), сыры (+6%), мясо (+6%). Среди других продуктов, которые россияне часто заказывали в интернете — молоко (+7%), мед (+3%), орехи (+5%), мука (+13%), соль (+13%), овощи и фрукты (+12%). Продуктовая онлайн-корзина россиян в течение 2022 года практически не менялась, однако прослеживалась определенная сезонность в покупках.

Среди лидеров по росту спроса в онлайн в прошлом году оказались: сахар (+91%), кофе (+16%), сливочное масло (+20%), мука (+13%), рис (+33%), макароны (+60%) и другие крупы (+11%), чипсы и сухарики (+19%), замороженные пельмени (+13%) и пицца (+9%), овощи и фрукты (+12%). Некоторые товары россияне покупали впрок.

Продуктовая онлайн-корзина россиян сильно отличается от ежедневной офлайн-корзины. Как правило, в интернете россияне покупают или большие партии непортящихся товаров, чтобы доставка не превышала 10% от стоимости заказа, или товары с высокой добавленной стоимостью — кофе, орехи, мед. У россиян нет привычки покупать в интернете и сравнивать цены на социально значимые продовольственные товары.



Источник:

[Price.ru: какие продукты жители РФ предпочитают покупать онлайн?](#)

# Data Insight: Бюллетень eGrocery в России

Datainsight.ru, 20.03.2023

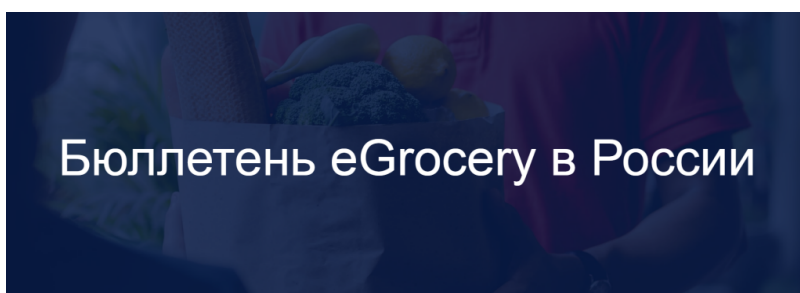
/реклама

Ежемесячный бюллетень **Data Insight**, посвященный **eGrocery в России**, раскрывает основные цифры, характеризующие рынок онлайн-продаж продуктов.

Мы предполагаем, что рынок eGrocery по итогам 2023 года составит **565 млн** заказов и **712 млрд рублей**. Данный прогноз соответствует росту относительно 2022 года **в 1,4 раза** по количеству заказов и **в 1,3 раза** по объему онлайн-продаж (для сравнения: в 2022 году рост составил соответственно 1,8 и 1,7 раза).

## Содержание бюллетеня:

1. Объем рынка
2. Предложение и спрос
3. Посещаемость сайтов
4. Мобильные приложения
5. Лидеры рынка (данные по отдельным магазинам)
6. Прогноз



**Объем бюллетеня:** 50 слайдов

Бюллетень выходит ежемесячно и распространяется только по подписке.

ежемесячный бюллетень #02\_2023 (21)  
Статистика за январь 2023 г.

 Data Insight

2023 

## Стоимость составляет:

- За 1 месяц — 85 000 руб. + НДС
- За 3 месяца — 210 000 руб. + НДС
- За 12 месяцев — 300 000 руб. + НДС

В дополнение к основному отчету выпускается Приложение, включающее данные по количеству заказов в основных регионах присутствия для ТОП-15 крупнейших магазинов.

## Виды и стоимость подписки на Приложение:

- За 1 месяц — 42 500 руб. + НДС
- За 3 месяца — 105 000 руб. + НДС
- За 12 месяцев — 150 000 руб. + НДС

## Подписаться на Бюллетень eGrocery

Рекламодатель ООО "Дейта инсайт"

Источник:

eGrocery бюллетень, февраль 2023

## Весь мир:

# Цифровые продажи бренда Nike выросли на 20% в III кв. фингода

About.nike.com, 21.03.2023

/НОВОСТЬ

Выручка компании Nike, Inc. по итогам третьего квартала финансового года (завершился 28 февраля 2023) выросла на 14%, составив \$12,4 млрд. Цифровые продажи бренда Nike увеличились на 20%.

В декабре 2019 года ритейлер прекратил собственные продажи на Amazon. Менее чем через год после этого онлайн-продажи Nike выросли на 75%, [отмечает DigitalCommerce360](#).

По словам финансового директора компании Мэтью Френда, доля цифровых продаж в выручке Nike с 2019 года утроилась и составляет 27%.

Источник:

[NIKE, Inc. Reports Fiscal 2023 Third Quarter Results](#)

[Nike Digital sales account for 27% of total revenue in Q3](#)



# Жители Нидерландов потратили онлайн 33,3 млрд евро в 2022 г.

Ecommercenews.eu, 21.03.2023

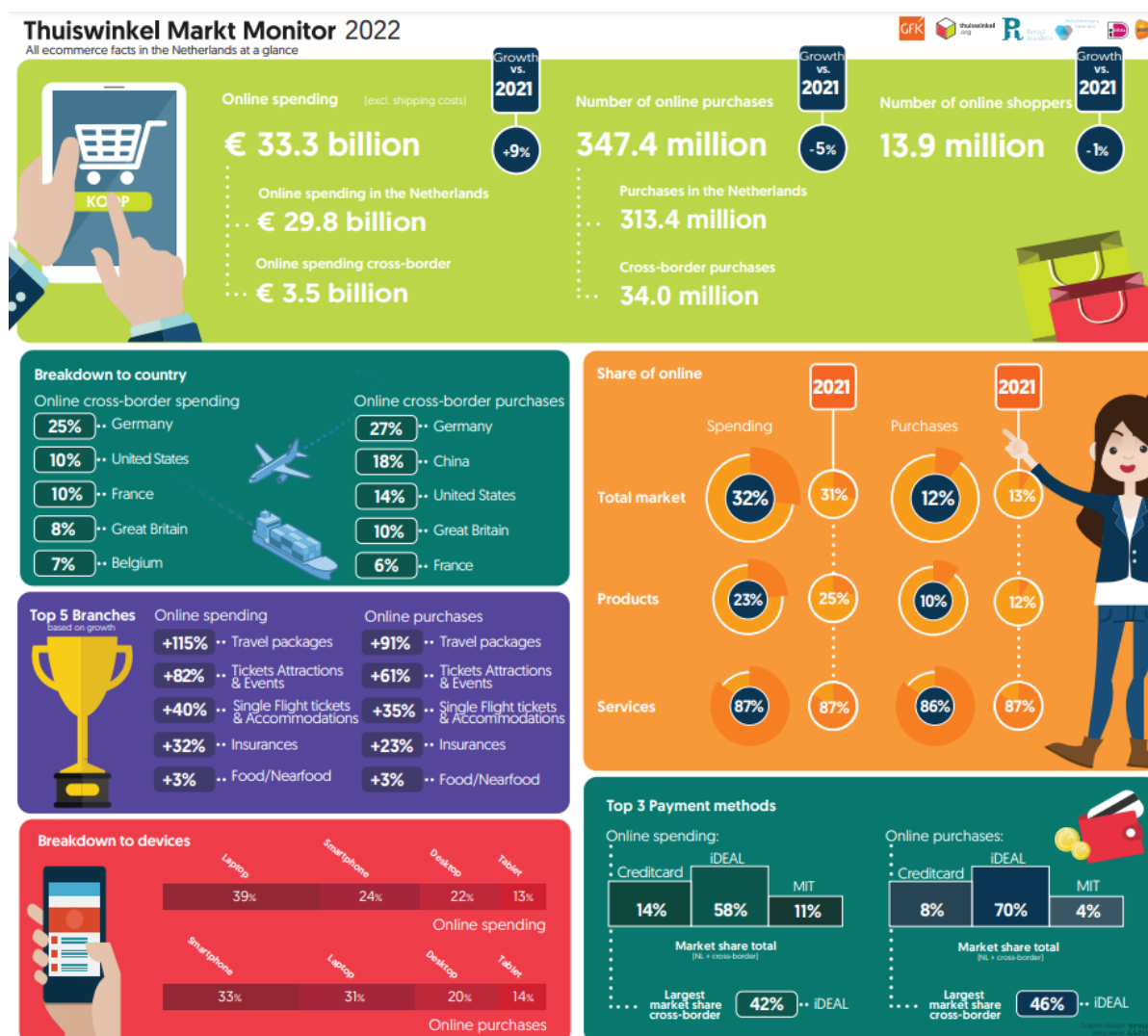
/новость

Онлайн-расходы потребителей из Нидерландов в 2022 году составили 33,3 млрд евро — на 9% больше, чем в 2021-м. Количество покупок уменьшилось на 5%, но средний чек вырос на 15%, согласно данным Thuiswinkel Market Monitor.

В категории услуг число онлайн-покупок увеличилось на 49%, а расходы — на 54%. В категории товаров произошло снижение на 10% и 7% соответственно.

В 2022 году 12% всех покупок в Нидерландах были совершены в интернете — небольшое сокращение по сравнению с прошлогодними 13%. Доля онлайн в общих расходах, напротив, выросла с 31% до 32%.

Объем трансграничных покупок снизился на 5% по сравнению с 2021 годом, но расходы увеличились на 20%.



Источник:

Dutch ecommerce worth €33.3 billion in 2022



# Продажи товаров из Кыргызстана на Wildberries превысили 10 млрд руб. в 2022 г.

Wildberries.ru, 20.03.2023

/новость

Продажи кыргызской продукции на Wildberries в 2022 году увеличились на 361% год к году до 10,7 млрд руб.

Число местных предпринимателей на платформе выросло до 7,8 тыс. Самыми популярными товарами стали одежда, аксессуары, продукты, косметика, товары для дома.

В феврале 2023 года Wildberries открыл новый логотцентр в Бишкеке. Общее количество пунктов выдачи заказов Wildberries в Кыргызстане составляет 28 точек и продолжает расти.



Источник:

[Пресс-служба Wildberries](#)



# Выручка PDD выросла на 39% в 2022 г.

Investor.pddholdings.com, 20.03.2023

/новость

По итогам 2022 года общая выручка PDD Holdings (платформа социальной коммерции Pinduoduo, маркетплейс Temu) выросла на 39% до 130,56 млрд юаней (\$18,9 млрд).

Рост произошел в основном за счет увеличения выручки от услуг онлайн-маркетинга (на 42%) и от транзакционных услуг (на 95%), что частично компенсировало снижение выручки от реализации товаров на 97%.

Операционная прибыль PDD за 2022 год увеличилась на 341% до 30,4 млрд юаней (\$4,4 млрд). Чистая прибыль, приходящаяся на владельцев обыкновенных акций, выросла на 306% до 31,5 млрд юаней (\$4,6 млрд).

PDD HOLDINGS INC. CONDENSED CONSOLIDATED STATEMENTS OF INCOME  
(Amounts in thousands of RMB and US\$)

	For the three months ended December 31,			For the year ended December 31,		
	2021	2022		2021	2022	
	RMB (Unaudited)	RMB (Unaudited)	US\$ (Unaudited)	RMB	RMB (Unaudited)	US\$ (Unaudited)
Revenues	27,230,862	39,820,028	5,773,361	93,949,939	130,557,589	18,929,071
Costs of revenues	(6,515,509)	(8,926,705)	(1,294,251)	(31,718,093)	(31,462,298)	(4,561,604)
<b>Gross profit</b>	<b>20,715,353</b>	<b>30,893,323</b>	<b>4,479,110</b>	<b>62,231,846</b>	<b>99,095,291</b>	<b>14,367,467</b>
Sales and marketing expenses	(11,365,829)	(17,732,384)	(2,570,954)	(44,801,720)	(54,343,719)	(7,879,099)
General and administrative expenses	(419,962)	(1,640,527)	(237,854)	(1,540,774)	(3,964,935)	(574,862)
Research and development expenses	(2,022,595)	(2,406,677)	(348,935)	(8,992,590)	(10,384,716)	(1,505,642)
<b>Total operating expenses</b>	<b>(13,808,386)</b>	<b>(21,779,588)</b>	<b>(3,157,743)</b>	<b>(55,335,084)</b>	<b>(68,693,370)</b>	<b>(9,959,603)</b>
<b>Operating profit</b>	<b>6,906,967</b>	<b>9,113,735</b>	<b>1,321,367</b>	<b>6,896,762</b>	<b>30,401,921</b>	<b>4,407,864</b>
Interest and investment income, net	914,643	1,351,698	195,978	3,061,662	3,997,100	579,525
Interest expenses	(303,116)	(12,221)	(1,772)	(1,231,002)	(51,655)	(7,489)
Foreign exchange gain/ (loss)	48,105	(23,819)	(3,453)	71,750	(149,710)	(21,706)
Other income, net	115,086	168,825	24,477	656,255	2,221,358	322,066
<b>Profit before income tax and share of results of equity investees</b>	<b>7,681,685</b>	<b>10,598,218</b>	<b>1,536,597</b>	<b>9,455,427</b>	<b>36,419,014</b>	<b>5,280,260</b>
Share of results of equity investees	16,680	(78,908)	(11,441)	246,828	(155,285)	(22,514)
Income tax expenses	(1,078,819)	(1,065,613)	(154,499)	(1,933,585)	(4,725,667)	(685,157)
<b>Net income</b>	<b>6,619,546</b>	<b>9,453,697</b>	<b>1,370,657</b>	<b>7,768,670</b>	<b>31,538,062</b>	<b>4,572,589</b>

Источник:

[PDD Holdings Announces Fourth Quarter 2022 and Fiscal Year 2022 Unaudited Financial Results](#)



# Индонезийская цифровая экосистема GoTo нарастила убыток в 2022 г.

Asia.nikkei.com, 20.03.2023 20:00:00

/новость

Компания GoTo, крупнейшая цифровая экосистема в Индонезии, нарастила чистый убыток в 2022 году на 56% до 40,4 трлн рупий (\$2,6 млрд). В 2021 году компания получила чистый убыток в размере 25,9 трлн рупий.

GoTo объяснила увеличение чистого убытка несколькими факторами, в том числе он связан с объединением бизнеса Gojek и Tokopedia, которые являются ее подразделениями. При этом выручка за последний год выросла до 11,3 трлн рупий с 5,2 трлн рупий годом ранее.



Компания была образована в мае 2021 года в результате слияния поставщика услуг доставки еды и такси Gojek и платформы электронной коммерции Tokopedia. GoTo был одним из технологических единорогов, появившихся в Юго-Восточной Азии до пандемии.

Многие передовые технологические компании региона вынуждены сокращать штат сотрудников и отдавать предпочтение прибыльности, а не росту. GoTo в этом месяце также объявила об увольнении 600 сотрудников. В ноябре компания сократила 1300 сотрудников или 12% персонала.

Источник:

[Indonesia's GoTo 2022 loss widens to \\$2.6bn](#)

# Миллениалы станут лидерами по e-commerce расходам в 2023 г.

Businesswire.com, 24.03.2023 12:34:00

/исследование

Миллениалы (люди в возрасте 25-40 лет) предпочитают онлайн-шопинг покупкам в обычных магазинах, показал опрос компании ESW, проведенный в 16 странах\*. Более 27% покупателей-миллениалов в этом году собираются тратить значительно больше денег в интернете и меньше в магазинах в таких категориях, как здоровье и красота, предметы роскоши, одежда и обувь, бытовая электроника. Почти 73% покупателей-миллениалов планируют сохранить или увеличить размер онлайн-трат в 2023 году, что делает эту когорту лидером в глобальных расходах на электронную коммерцию.

## Другие результаты:

- Почти на 50% больше миллениалов увеличат онлайн-расходы на товары для здоровья и красоты по сравнению с поколением Z (18-24 года) и на 42% больше по сравнению с поколением X (41-56) и бэби-бумерами (57-75).
- Тратить больше на предметы роскоши онлайн в 2023 году будут 27% миллениалов, 20% представителей поколения Z, 22% представителей поколения X и 21% бэби-бумеров.
- На 77% больше миллениалов увеличат онлайн-расходы на одежду и обувь по сравнению с бэби-бумерами.
- Больше потратят на электронику (такую как телефоны, игры и программное обеспечение) 25% миллениалов, 19% респондентов поколения Z и поколения X и лишь 13% бэби-бумеров.



*\*Канада, США, Мексика, Великобритания, Швейцария, Испания, Франция, Италия, Германия, Южная Африка, ОАЭ, Индия, Китай, Южная Корея, Япония и Австралия*

Источник:

[Millennials Will Lead Global Ecommerce Spending in 2023, New Study Reveals](#)

# Adobe: Онлайн-продажи продуктов в США выросли более чем на 10% в 2022 г.

Digitalcommerce360.com, 22.03.2023

/исследование

По данным Adobe, онлайн-расходы американцев на продукты выросли на 10,8% в 2022 году, составив \$86,8 млрд. С начала пандемии COVID-19 в 2020 году продажи продуктов питания переходят в онлайн-режим. Некоторые потребители продолжали покупать продукты в интернете, даже когда магазины вновь открылись.

В ходе опроса 1000 онлайн-покупателей в октябре 2022 года, 45% сообщили Digital Commerce 360, что в какой-то момент заказывали продукты в интернете. Чуть менее трети онлайн-покупателей регулярно или от случая к случаю заказывают продукты онлайн, а еще 16% сделали это впервые во время пандемии.



По данным Adobe, в 2022 году к услугам «купи сейчас — плати позже» (BNPL) обратилось больше потребителей, чем в предыдущие годы. Онлайн-покупки, сделанные с помощью BNPL, выросли на 14% в 2022 году по сравнению с 2021 годом, а выручка от них увеличилась на 27%.

Использование BNPL для покупки продуктов показало самый большой рост среди всех исследованных Adobe категорий за первые два месяца 2023 года, увеличившись на 40% по сравнению с 2022 годом. Вероятно, потребители совершают более крупные покупки в интернете, чтобы воспользоваться акциями и сделать запас основных продуктов.

Источник:

[Consumers are buying more groceries online and using BNPL for purchases, Adobe data finds](#)

# 18,1% розничных расходов австралийцев пришлись на онлайн в 2022 г.

Auspost.com.au, 21.03.2023

/исследование

Согласно исследованию Australia Post, в 2022 году онлайн-покупки совершали 82% австралийских домохозяйств, причем 60% сделали это 12 и более раз.

В прошлом году наступил период стабилизации активности электронной коммерции после нескольких лет значительного роста. На покупку товаров в интернете потратили на 1,7% больше, чем годом ранее. Доля онлайн-покупок в общих розничных расходах составила 18,1%.

Ритейлеры с физическими магазинами и присутствием в интернете добились наибольшего успеха в последние годы. Их совокупная доля в онлайн-расхода с 2019 года выросла на 7 п. п.

Категория еды и спиртных напитков выросла больше всего — на 11,4%. В денежном выражении самой крупной оказалась категория товаров для дома и сада, на которую пришлось свыше 29% онлайн-расходов.

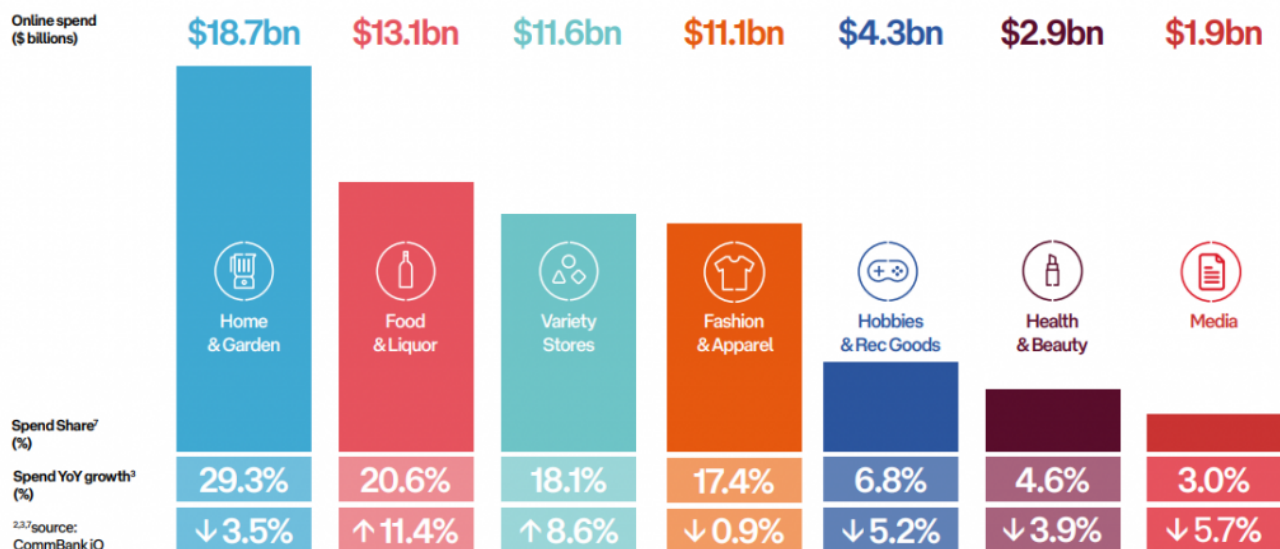
Аналитики ожидают, что в 2023 году каждый третий доллар в Австралии будет потрачен онлайн.

## Specialty retailer overview

The strength of Food & Liquor and Variety Stores in 2022 is clear. While other categories declined, they defied the trend – showing YoY growth and being main contributors to the overall growth in spend.

Food & Liquor grew the most: the impressive 11.4% increase driven by online grocery shopping and the increasing adoption of meal kits. Variety Stores growth was driven by department stores.

Total online spend:<sup>2</sup>  
**\$63.8bn ↑1.7%**



Источник:

2023 Inside Australian Online Shopping

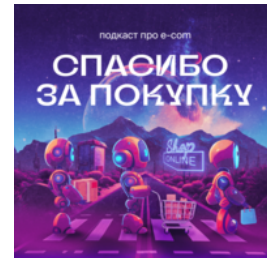


# Подкасты о e-commerce

## Спасибо за покупку

**«Хьюстон, у нас проблема — как масштабироваться в e-com?». Советы от Яндекс Рекламы**

В гостях Яков Пейсахзон, руководитель перфоманс-направления Яндекс Рекламы. Узнали у эксперта, почему еще пару лет назад сын маминей подруги мог закупить коврики на Садоводе, продавать дороже и отдыхать на Бали, а сейчас такое не сработает. Почему аналитика важна для роста, для чего малому бизнесу оценивать эффективность и почему важно развивать собственный бренд.



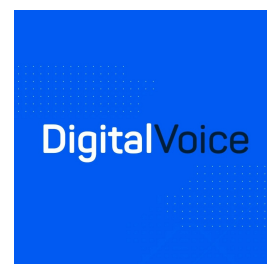
**Прослушать:** [Podcast.ru](https://podcast.ru)

---

## Digital Voice

**Что надо сделать, чтобы построить бренд? — Владлен Ситников и Василий Богданов**

Сегодня тема создания собственных брендов особенно актуальна. Но достаточно ли купить логотип, сделать красивую этикетку и уже называть себя брендом? Почему покупатели воспринимают что-то как «бренд» и готовы доплачивать за это, а что-то иное готовы покупать только со скидками и не понимают, зачем переплачивать. Поговорим об этом с гуру маркетинга, бренд-директором SkillBox и основателем множества рекламных агентств Владленом Ситниковым, а также сооснователем СММ агентства LittleBigAgency Василием Богдановым.



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

# 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.