

# Рынок eGrosery: продажи на маркетплейсах

Надежда Виноградова,  
product manager Data Insight



# Надо подписаться, здесь – наши данные



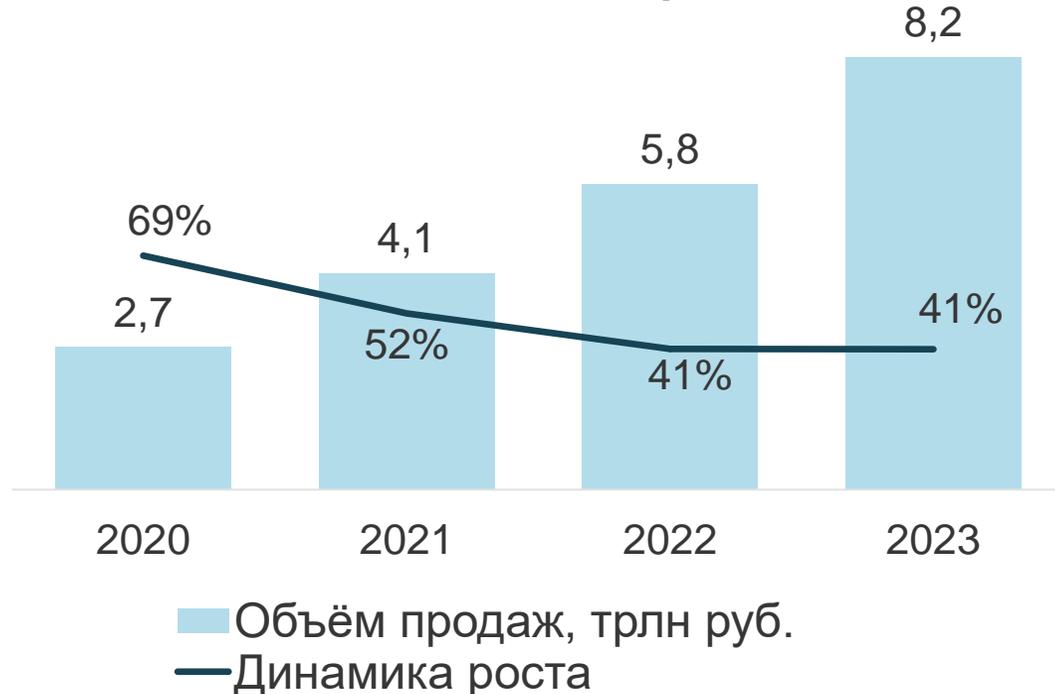
Мы публикуем много бесплатных данных по рынку в почтовой рассылке, Телеграм канале и других медиа.

Подпишитесь сегодня, и вы будете получать актуальные данные вовремя.

# Динамика eCommerce, 2020-23

По оценке Data Insight, в 2023 году объем продаж на рынке eCommerce достиг **8,2 трлн рублей**, рост составил **41%**. За год было сделано **5 млрд заказов**.

## Динамика объёма продаж

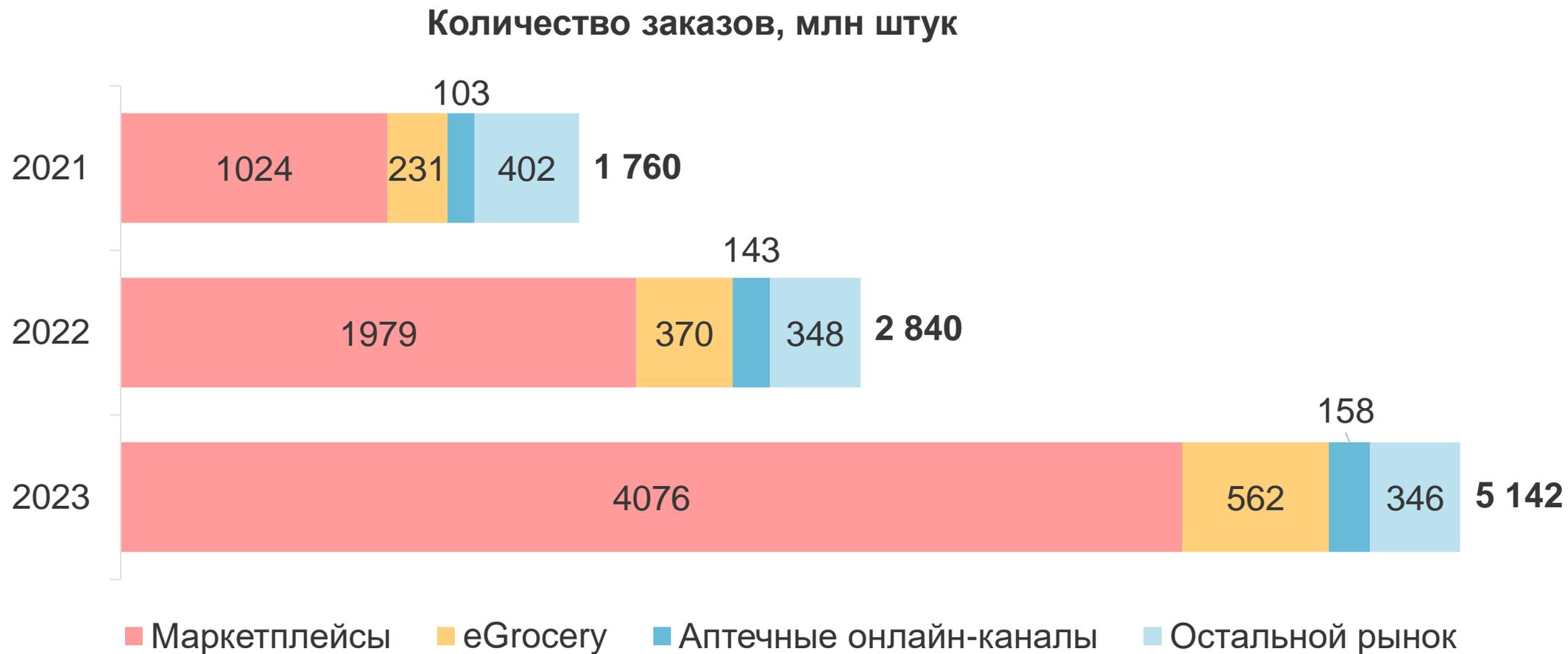


## Динамика количества заказов



Источник: данные Data Insight, февраль 2024

# Динамика заказов eCommerce



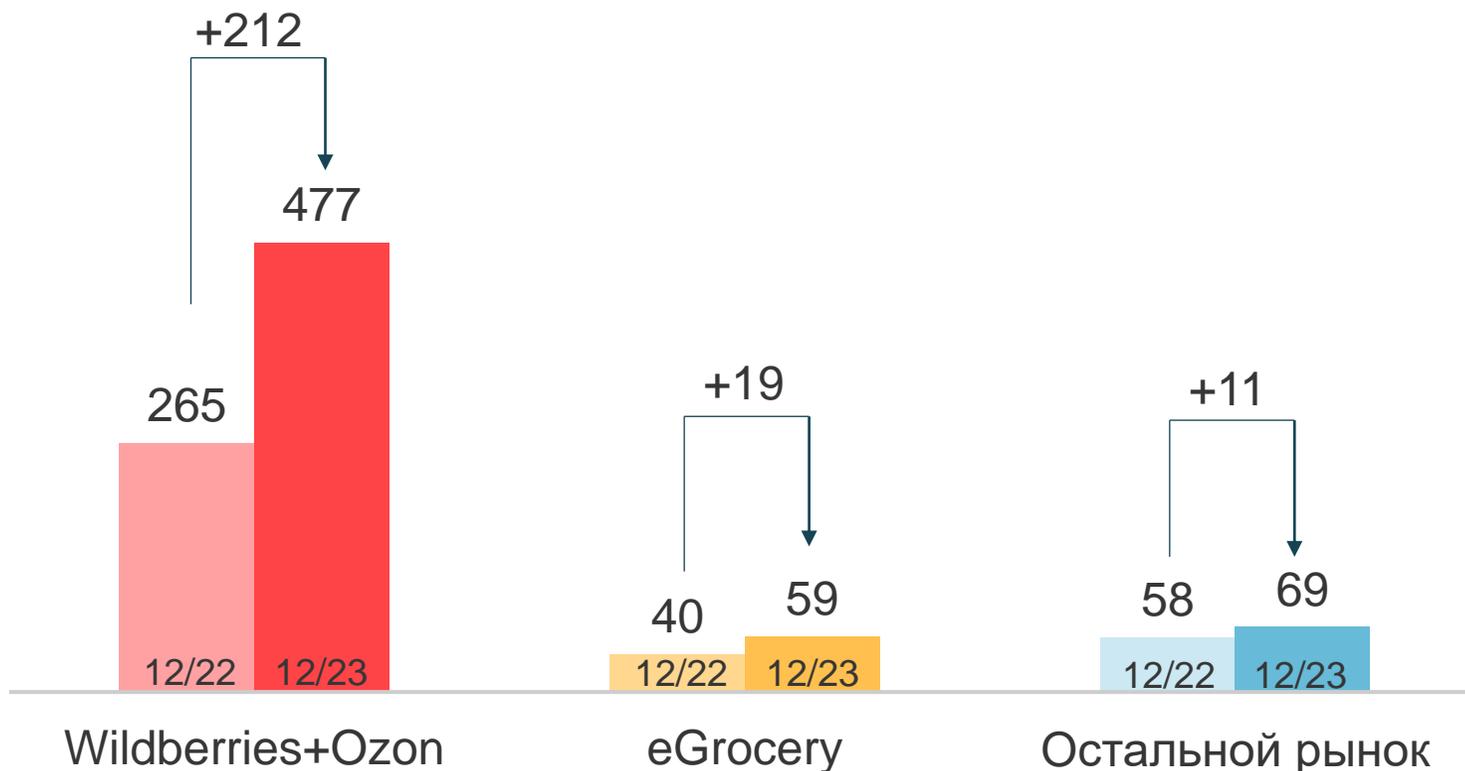
\*Ozon fresh включен в Маркетплейсы. Данные по eGrocery не включают Ozon fresh.

Источник: данные Data Insight, февраль 2024



# eGrocery – второй по приросту сегмент eCommerce

Рост год к году, млн заказов



## Лидеры рынка eGrocery за 2023 год

 СБЕР МАРКЕТ

ВКУСВИЛЛ

 САМОКАТ

Яндекс  Лавка

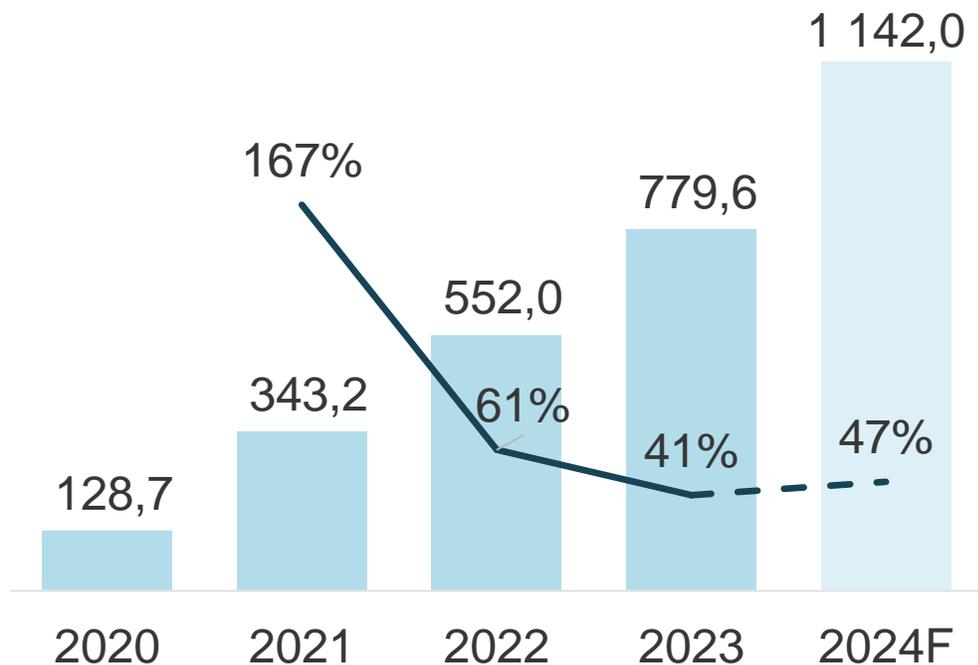
 OZON fresh

\*Ozon fresh включен в Маркетплейсы. Данные по eGrocery не включают Ozon fresh.

Источник: данные Data Insight, февраль 2024

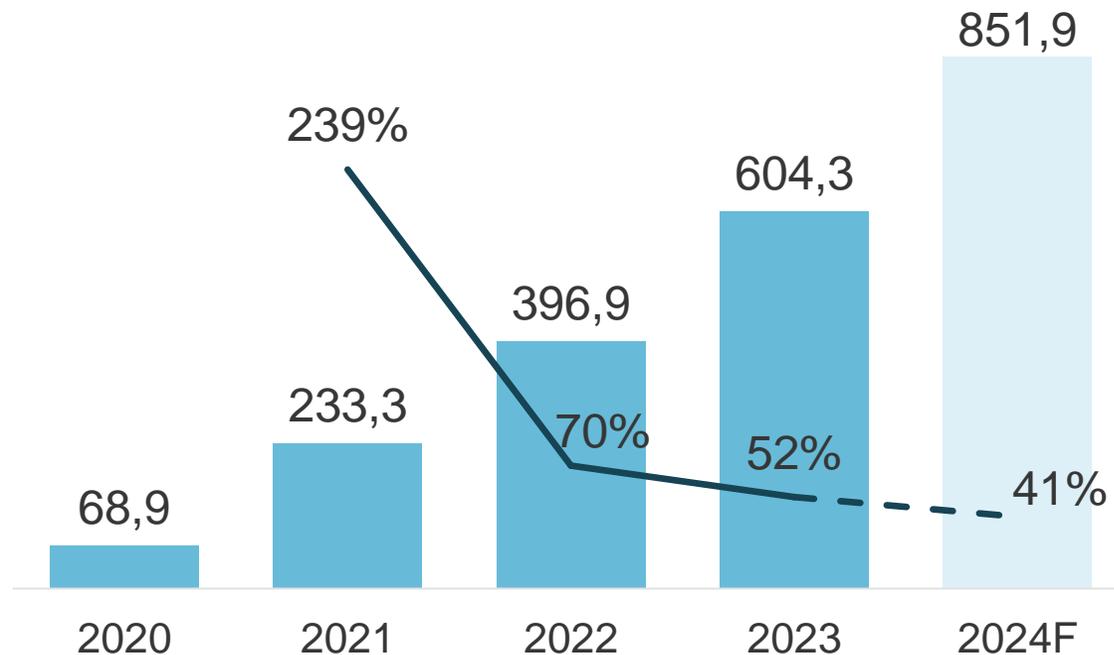
# Динамика рынка eGrosery

## Динамика объёма продаж



■ Объём продаж, млрд руб.  
— Динамика роста

## Динамика количества заказов

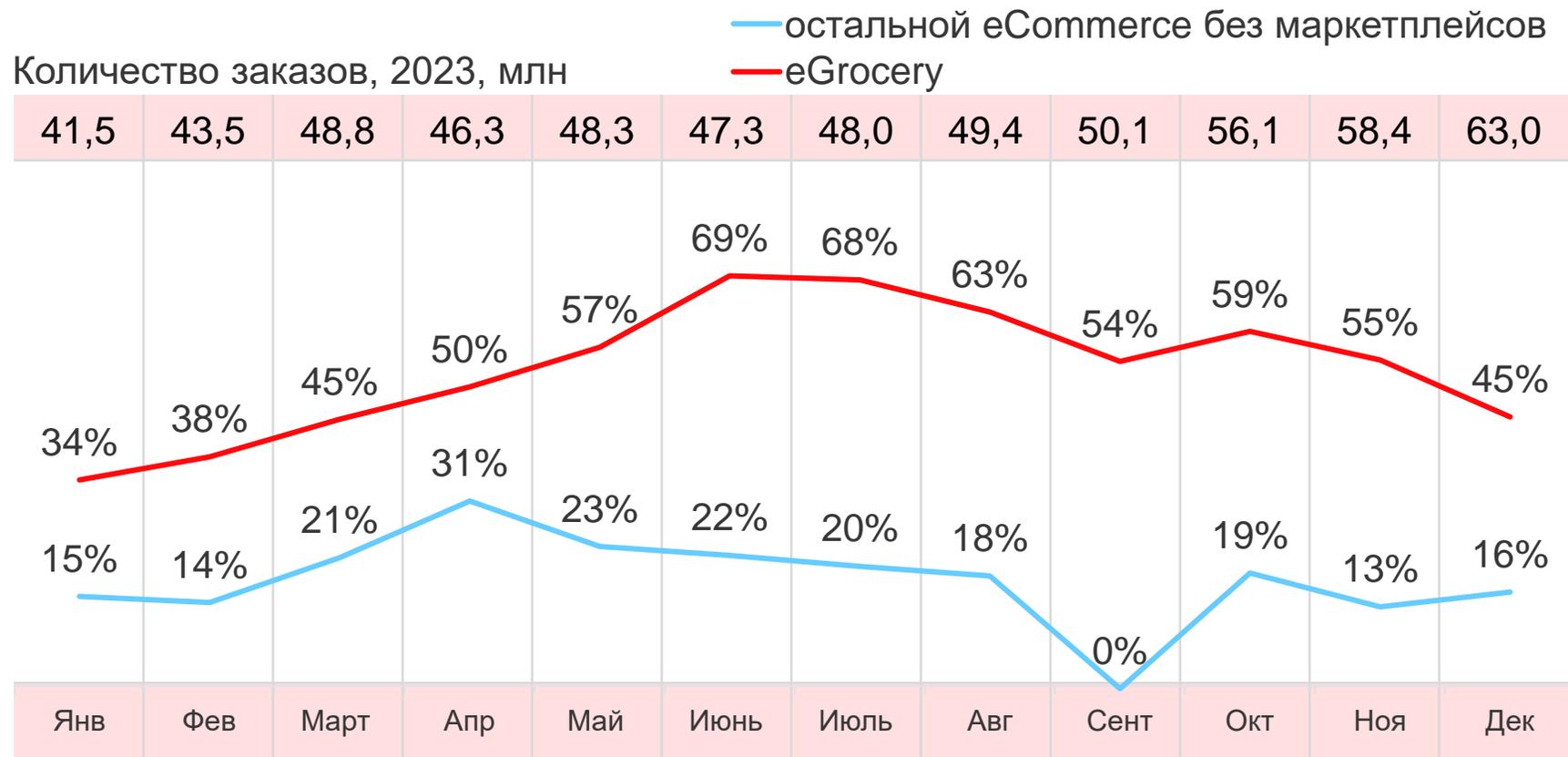


■ Количество заказов, млн шт.  
— Динамика роста

Данные представлены с учетом Ozon fresh  
Источник: данные Data Insight, февраль 2024

# Темпы роста количества онлайн-заказов eGrocery

## Темпы роста количества онлайн-заказов 2023 в % к тому же месяцу год назад

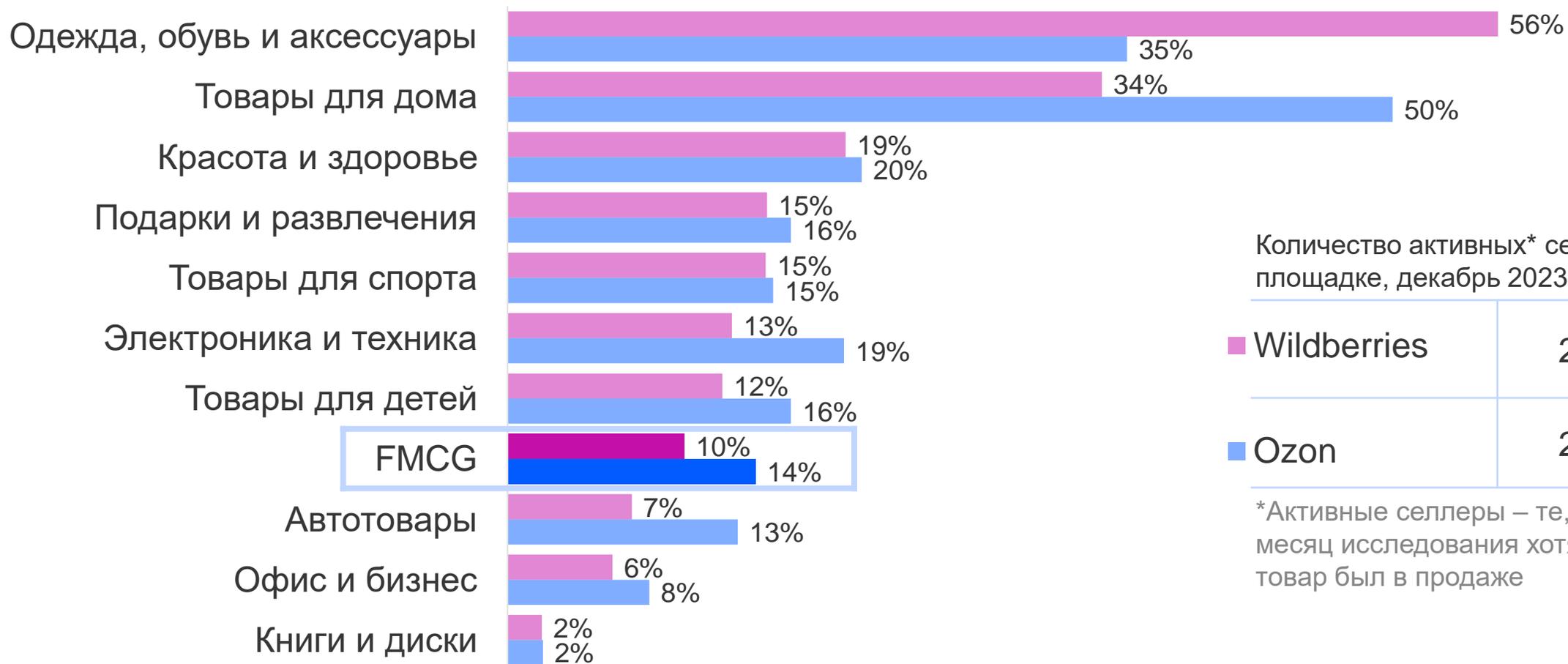


Данные представлены с учетом Ozon fresh  
Источник: данные Data Insight, февраль 2024



# Селлеры на маркетплейсах: категории продаж

## Распределение активных селлеров маркетплейсов на товарные категории



Количество активных\* селлеров на площадке, декабрь 2023

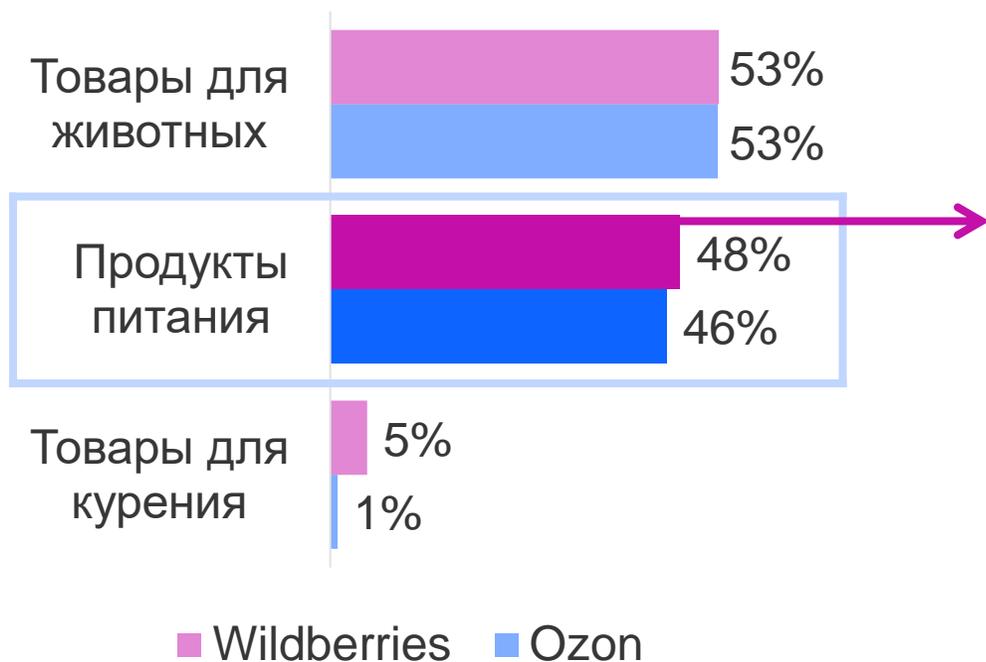
■ Wildberries	293 700
■ Ozon	253 200

\*Активные селлеры – те, у которых в месяц исследования хотя бы один товар был в продаже

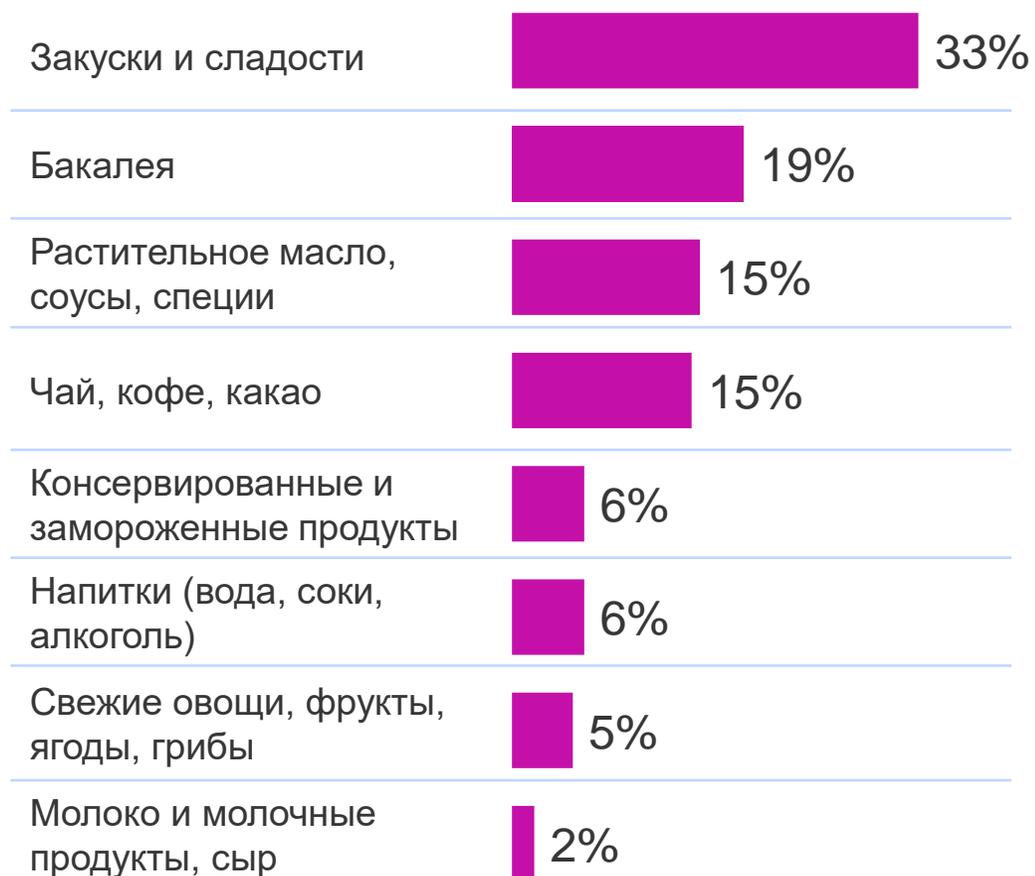
Источник: данные Data Insight, декабрь 2023

# Селлеры категории FMCG: подкатегории

## Распределение селлеров FMCG на подкатегории



## Распределение селлеров Wildberries подкатегории «Продукты питания» на товарные группы



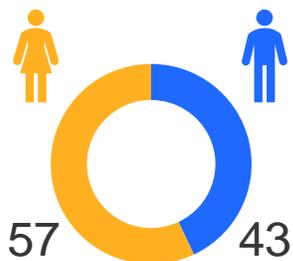
Источник: данные Data Insight, декабрь 2023

# Покупатели: демография

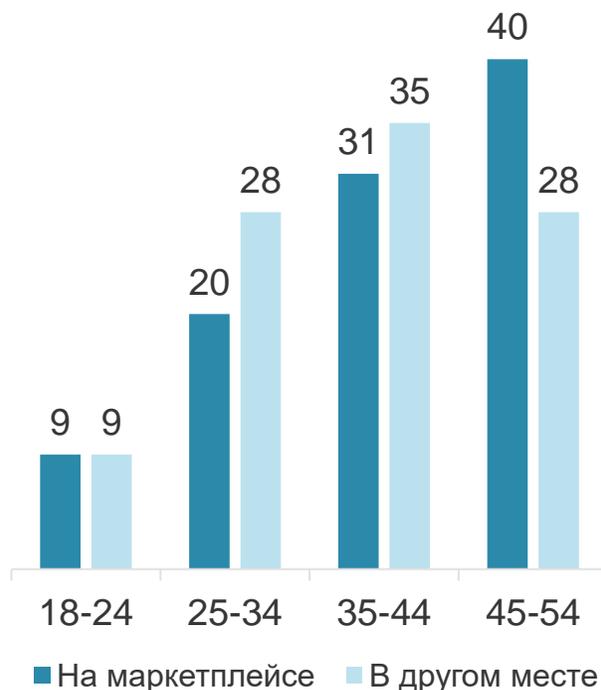
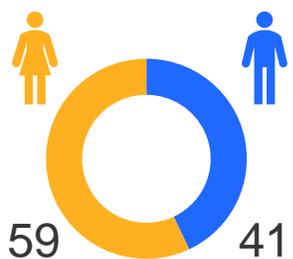
Респонденты разбиты на группы по типу магазина, в котором была совершена последняя покупка

### Распределение респондентов по полу и возрасту, %

#### На маркетплейсе



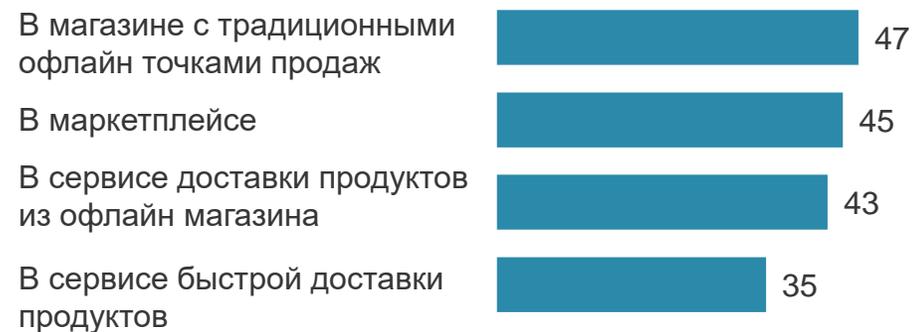
#### В другом месте



### Количество магазинов, в котором заказывали продукты в последние 3 месяца, %



### Типы магазинов, на сайте или в приложении которых заказывали продукты в последние 3 месяца, %



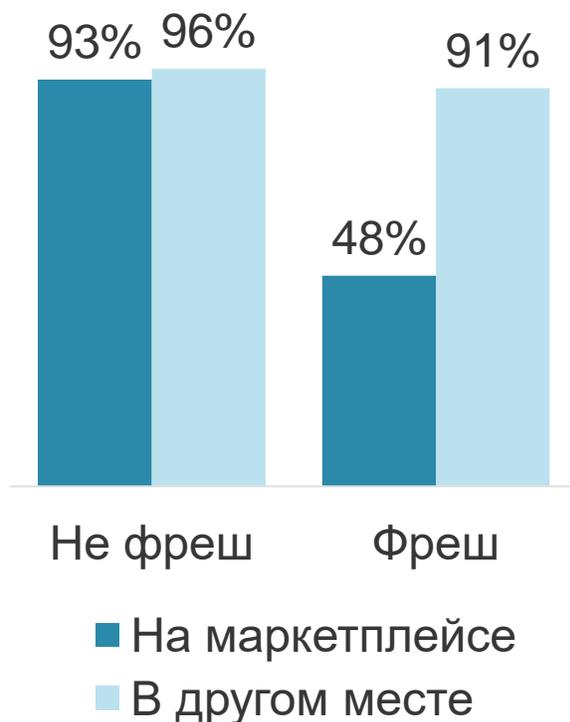
Онлайн-опрос покупателей в рамках исследования «Кто, как и почему заказывает доставку продуктов 2023», январь 2023

База: Россия, города 1млн+, 18-54, покупали продукты питания через интернет за 30 дней, предшествующих опросу, N=1784: N на маркетплейсе = 345, N в другом месте = 1439

# Покупатели: виды товаров

Респонденты разбиты на группы по типу магазина, в котором была совершена последняя покупка

Виды товаров, которые включал последний по времени заказ



	На маркетплейсе	В другом месте
<b>Не фреш</b>		
Консервированные и замороженные продукты	46%	61%
Чай, кофе, какао	46%	49%
Закуски и сладости	41%	47%
<b>Фреш</b>		
Молоко и молочные продукты	29%	65%
Мясные или рыбные деликатесы	27%	56%
Свежие овощи и фрукты	21%	52%

Онлайн-опрос покупателей в рамках исследования «Кто, как и почему заказывает доставку продуктов 2023», январь 2023

База: Россия, города 1млн+, 18-54, покупали продукты питания через интернет за 30 дней, предшествующих опросу, N=1784: N на маркетплейсе = 345, N в другом месте = 1439

# Покупатели: причины выбора магазина

Респонденты разбиты на группы по типу магазина, в котором была совершена последняя покупка



## Среди других причин:

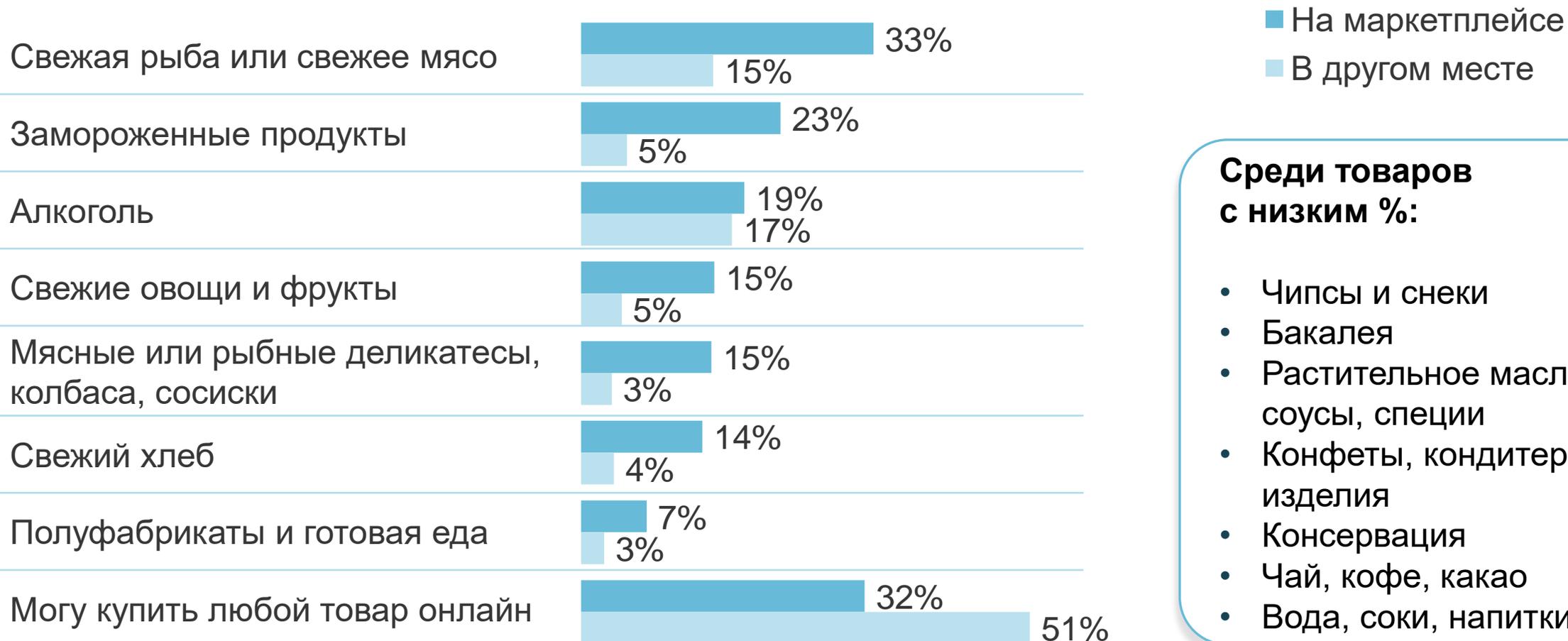
- Уникальные товары
- Подходящие условия оплаты
- Скорость доставки
- Качество товара
- Формат доставки
- Надежность доставки
- Рекомендации

Онлайн-опрос покупателей в рамках исследования «Кто, как и почему заказывает доставку продуктов 2023», январь 2023

База: Россия, города 1млн+, 18-54, покупали продукты питания через интернет за 30 дней, предшествующих опросу, N=1784: N на маркетплейсе = 345, N в другом месте = 1439

# Покупатели: что никогда не купят онлайн

Респонденты разбиты на группы по типу магазина, в котором была совершена последняя покупка



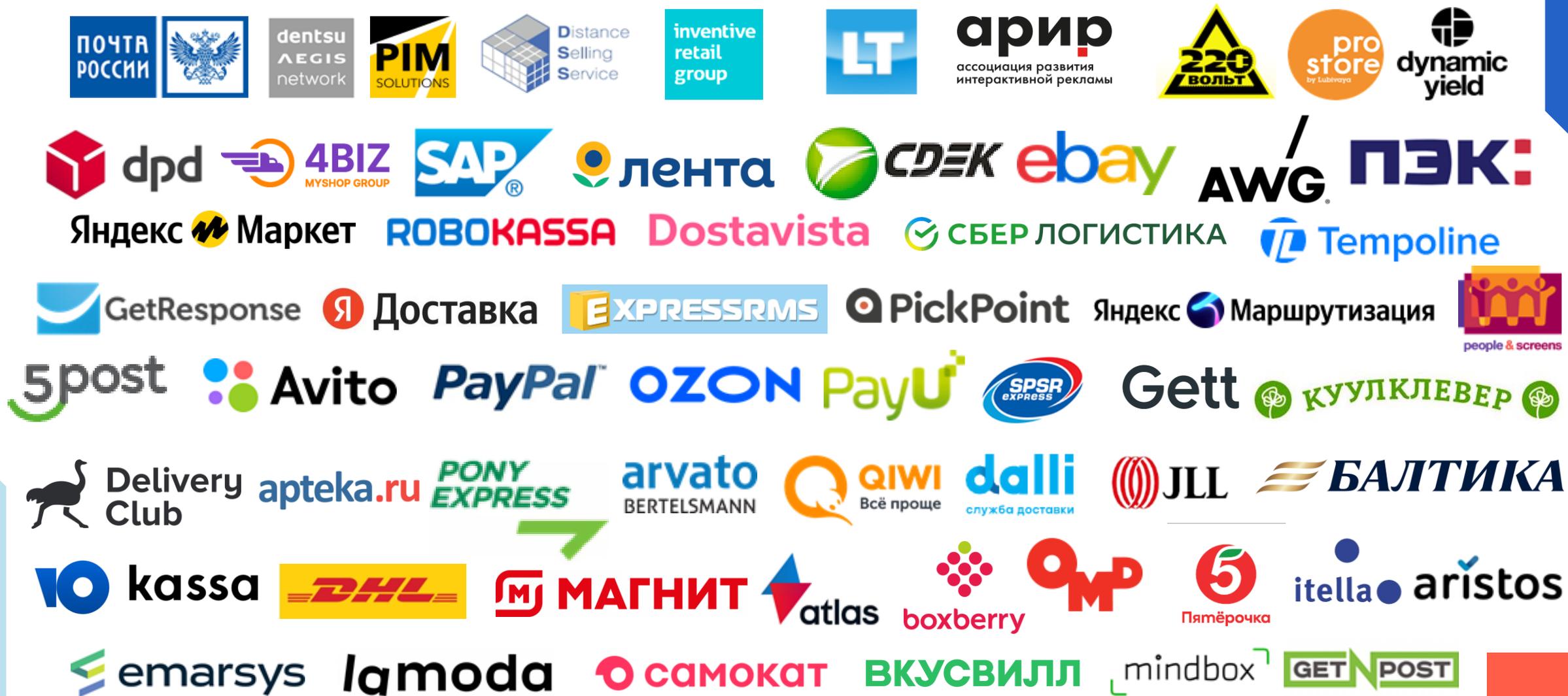
## Среди товаров с низким %:

- Чипсы и снеки
- Бакалея
- Растительное масло, соусы, специи
- Конфеты, кондитерские изделия
- Консервация
- Чай, кофе, какао
- Вода, соки, напитки

Онлайн-опрос покупателей в рамках исследования «Кто, как и почему заказывает доставку продуктов 2023», январь 2023

База: Россия, города 1млн+, 18-54, покупали продукты питания через интернет за 30 дней, предшествующих опросу, N=1784: N на маркетплейсе = 345, N в другом месте = 1439

# Партнеры Data Insight



# Data Insight

Data Insight – первое в России агентство, специализирующееся на **исследованиях и консалтинге** в области eCommerce и digital рынков.

## Новости Data Insight

---

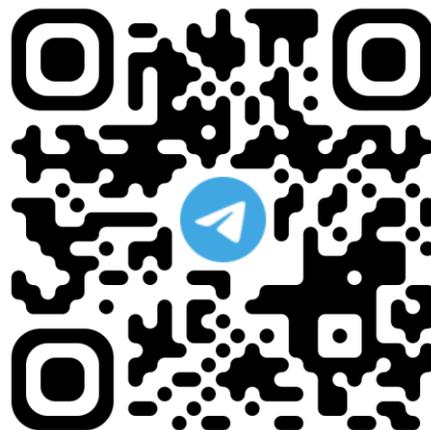
Исследования по почте от Data  
Insight



## Telegram Data Insight

---

Исследования, события, новости  
рынка от Data Insight



## Контакты

---

[datainsight.ru](https://datainsight.ru)  
[a@datainsight.ru](mailto:a@datainsight.ru)  
+7 (495) 540 59 06

