

IBP в e-grocery: вызовы и продуктовые решения

Никита Терёхин
Head of IBP

Яндекс  Лавка

Канал e-grocery продолжает расти год к году в России за счет многих факторов, в том числе за счет CVP и сценариев для пользователей



Объем продаж рынка eGrocery превысил 1 трлн рублей в 2024 году

Новости

31 января 2025



Михаил Зеленин
Редактор новостного блока



В 2024 году общий объем продаж на российском рынке eGrocery (онлайн-торговля продуктами питания и товарами первой необходимости) вырос на 44% за год, до 1,2 трлн рублей. Об этом этом [говорится](#) в отчете исследовательского агентства Data Insight, опубликованном в его Telegram-канале.

Число заказов на рынке eGrocery достигло 788 млн, что на 33% больше, чем в 2023 году, а средний чек за год вырос на 9%, достигнув показателя в 1 510 рублей, заявили аналитики.

При этом они отметили, что темпы роста eGrocery-сегмента в течение 2024 года постепенно снижались. В первом квартале динамика год к году составила +40% в заказах и +58% в деньгах, а уже в четвертом — +28% в заказах и +27% в деньгах.

НОВОСТИ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ, ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ, ВЕЩАНИЯ И ИТ



НОВОСТИ / АПРЕЛЬ 2025

Электронная коммерция

Рынок e-grocery по итогам 2025 г. вырастет до 1,6 трлн руб.



Объем продаж в сегменте e-grocery может вырасти на 36% - до 1,6 трлн руб. по итогам 2025 г. Количество заказов составит 1,1 млрд, что на 33% больше, чем в 2024 г. Рост стоимости среднего чека замедлится при одновременном росте количества заказов - он увеличится на 2%. Игроки рынка считают, что в 2025 г. важным драйвером роста e-grocery будет расширение присутствия в регионах.

Анна Швецова

© ComNews

14.04.2025

РБК Отрасли

Конкуренция на рынке e-grocery стимулирует развитие курьерской службы, расширение товарных категорий, а также активное региональное развитие

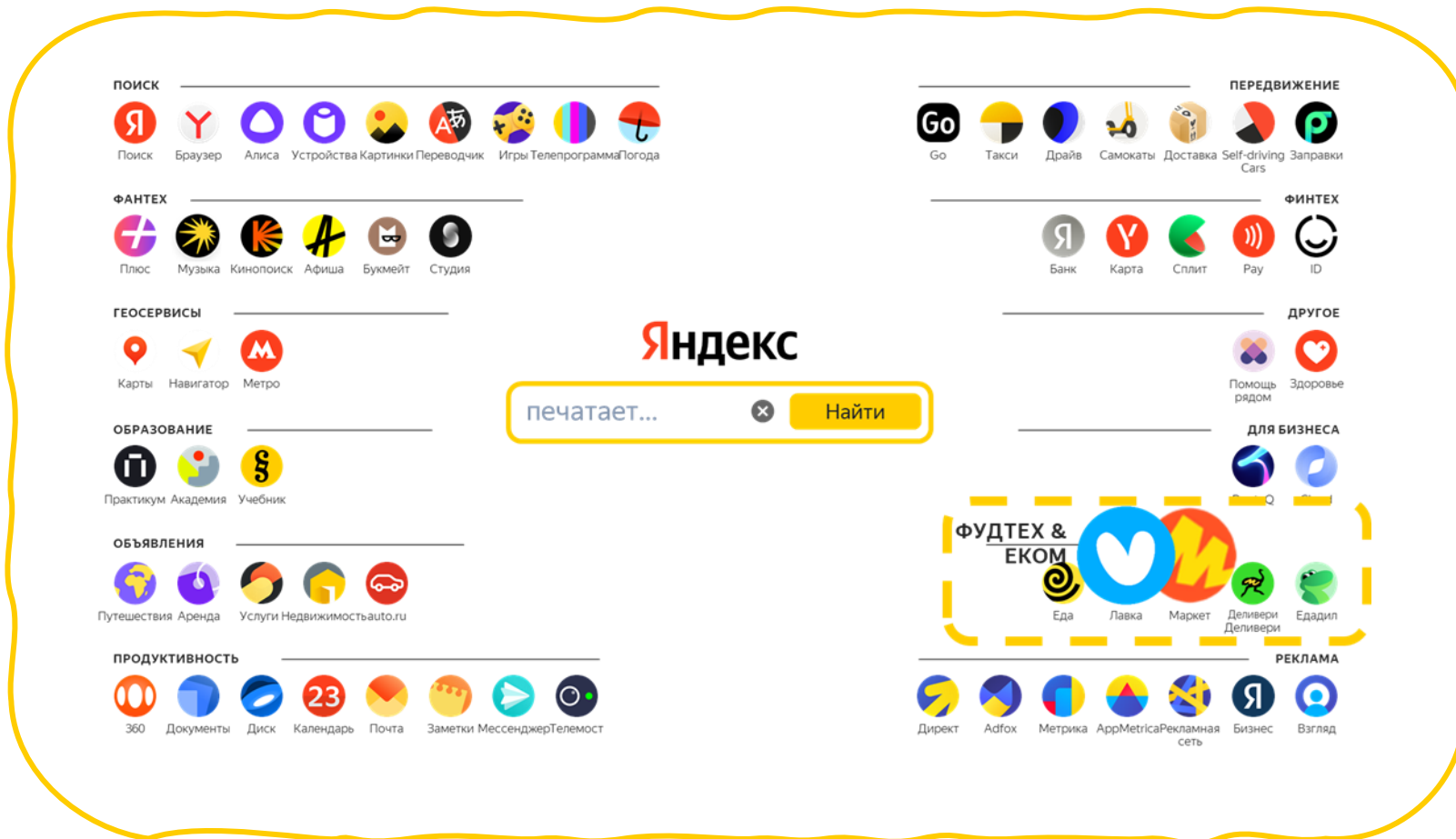


Фото: Unsplash.com

Рынок e-grocery в России в 2023 году рос быстрее, чем в среднем весь сектор e-commerce, следует из отраслевого обзора Data Insight: интернет-магазины и сервисы доставки продуктов питания выполнили заказов в 1,5 раза больше (592 млн штук), чем годом ранее. В целом количество заказов на рынке e-commerce выросло на 41% (до 5 млрд заказов).

Аналитики INFOLine оценивают объем всего рынка e-grocery в 918 млрд руб.: рост online-продаж продовольственных товаров в 2023 году составил 47%. В общем объеме продуктового ретейла доля e-grocery по итогам прошлого года выросла с 3,4 до 4,7%.

На примере **Яндекса** существует множество точек входа, обеспечивающих синергичный рост сервиса





Клиентская база — перекрестно опыляемая, а это значит что пользователи заказывают в Лавке из разных точек входа



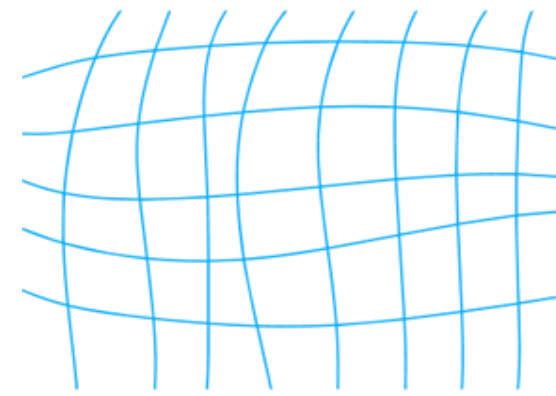
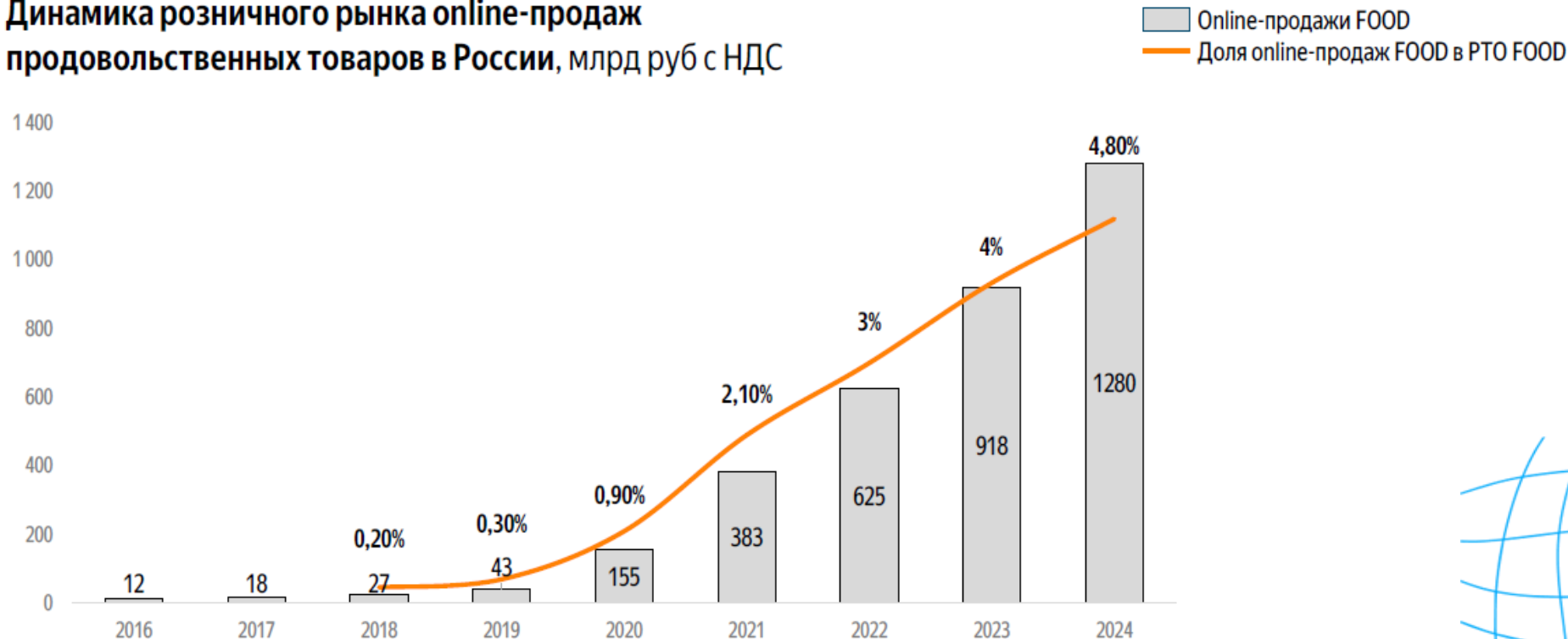
А есть ли потолок роста?



Динамика рынка e-grocery

За 5 лет (2019-24) рынок e-grocery вырос в 30 раз

**Динамика розничного рынка online-продаж
продовольственных товаров в России, млрд руб с НДС**



Фудтех (e-grocery)

Сервис быстрой доставки продуктов



Яндекс  Лавка

E-grocery — это канал торговли и услуг, комбинирующий высокую доступность товаров повседневного спроса, технологическое решение для выбора продуктов и быструю доставку до пользователя

Особенности прогнозирования

1

От прогноза спроса на дарксторах до плана пополнения по всем элементам цепи поставок с регулярным распределением и пересчетом

2

Фокус на сервисе для пользователя: создаем продукт и делаем настройки, которые приоритезируют OSA для наших пользователей

3

Развиваем продукт F&R: реактивность модели прогноза для категорий товаров, TPM ценовое и неценовое промо, прогноз суржа

Свежие
букеты



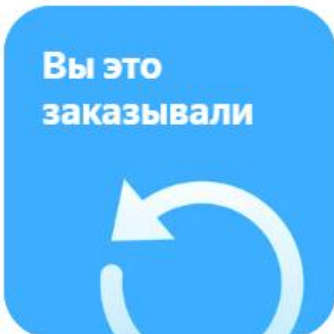
Еда для
киновечера



Завтрак



Вы это
заказывали



QSR в фудтехе

Модули Горячей еды и кофе



Модули — это даркситчены и кофепоинты внутри даркстора, где готовится ароматный горячий кофе и и свежие блюда прямо из-под ножа для наших пользователей

Особенности прогнозирования

- 1 Строим прогноз спроса на виртуальные блюда, а затем декомпозируем до составляющих (полуфабрикаты)
- 2 Улучшаем продукт: учим ML работать с производственными особенностями и VoM (учет КСГ после вскрытия, альтернативные компоненты, товарное соседство и др.)
- 3 Развиваем продукт F&R с учетом смежности операционных процессов кухни и Лавки (двойственность товаров FMCG, внедрение сущности “заготовка” и др.)

Краткий tech-словарик

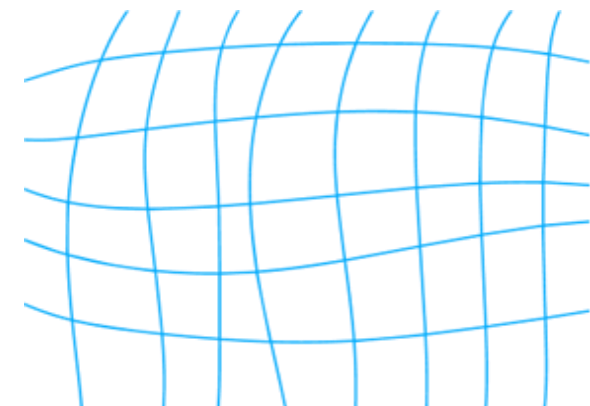
А что это за слово такое сурж?



Сурж (surge) - естественная реакция экосистемы в случае превышения спроса над предложением. Отличается низкой степенью прогнозирования и зависит от многих факторов, в том числе от доступности ресурса курьеров и водителей.

Буквально: не прогнозируемый эффект без внедрения IBP и AI / ML-технологий.

Важно в условиях баланса товарного запаса и списаний.



IBP в Лавке:

Как устроено прогнозирование в Лавке



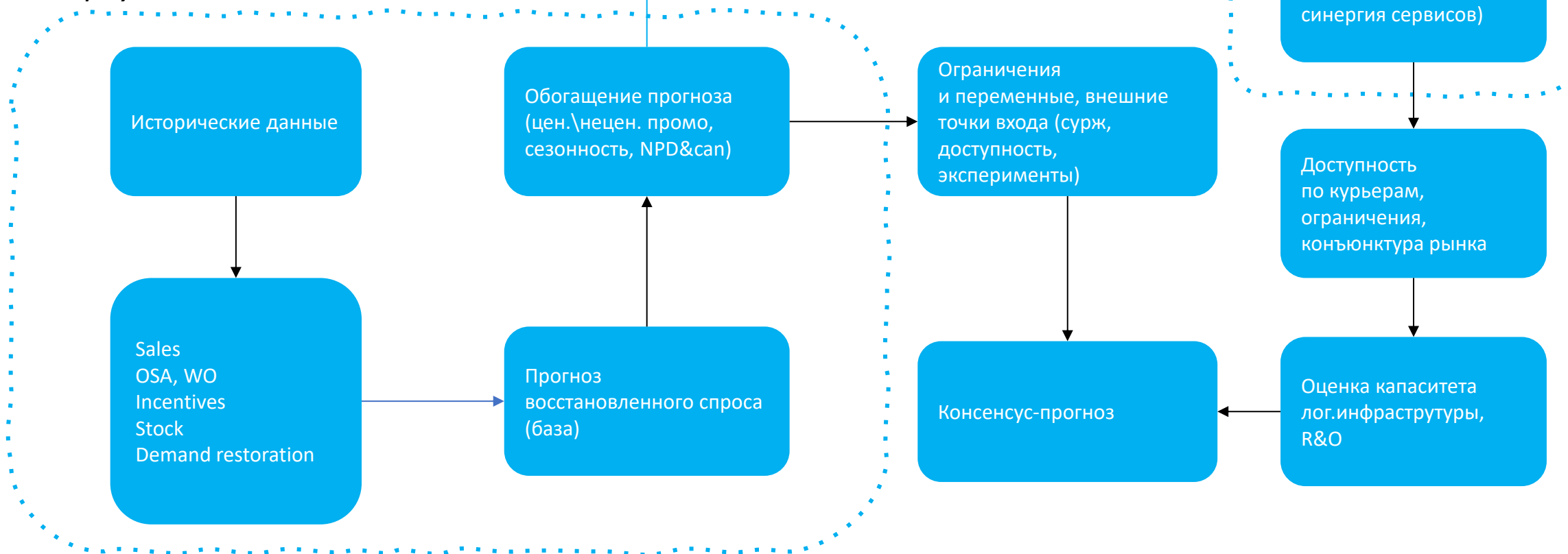
Тут стоит поговорить в деталях:

- DMR и S&OE как призма сбора и оценки вводных
- Динамические промо-активности и их синергия в рамках живого обсуждения (эксперименты, промо, скидки)
- Посмотреть на прогноз погоды с внутренними сервисами

Зона ML и продукта

Обогащаем через живую экспертизу и диалог

Зона ML и продукта

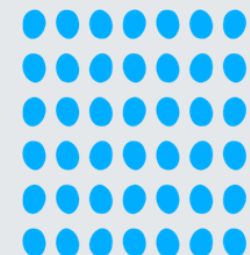


IBP в Лавке:

Особенности и ключевые вызовы



1. Бесшовный переход от краткосрочного к сценарному прогнозированию
2. Поле для экспериментов: выделение кластеров и прогноза по ним
3. Динамика и скорость принятия решений
4. До 1/3 ассортимента регулярно обновляется
5. Волатильность спроса и знание рынка потребителя
6. Short notice для промо
7. ML - это (пока еще) сложно
8. Фрод и прочие неожиданности



IBP в Лавке:

Инсайды и вектор движения



1

Мы **продолжаем растить качество** и хотим познакомить с сервисом как можно больше людей

2

Эффективность – краеугольный камень: мы все чаще задаемся вопросом про оптимизацию логистических цепочек, оборачиваемости товарного запаса через вложение в короб – и даже уникальные товары с сокращенным квантом

3

OSA и CTE – это CVP : чем быстрее и качественнее доставим заказ, тем больше поводов у пользователей вернуться в сервис. Приветствуются готовые решения для дарксторов для улучшения операционного опыта

4

Прозрачность и партнерство: мы открыты к CPFR с поставщиками для построения продуктивного партнерства

5

Долгосрочные планы: нам важно понимать с какими партнерами и как мы можем пройти наш путь и выполнить миссию сервиса

Требования к продукту:

- Сквозная интеграция
- Быстродействующий
- Гибкий
- Сценарный
- Детализированный
- Метрикоцентричный
- Эффективный



Спасибо!