

ПОСТАМАТЫ И ПУНКТЫ ВЫДАЧИ ЗАКАЗОВ В ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛЕ

В марте т.г. аналитическое агентство Data Insight представило исследование “Постаматы и пункты выдачи заказов в электронной торговле”, проведенное при поддержке компании PickPoint.

По мнению руководителя компании PickPoint Надежды Романовой, в 2016 г. произошло окончательное закрепление постаматов как самостоятельного канала доставки для онлайн-ритейла. Опыт использования терминалов для получения заказов уже приобрели более 50 % российских онлайн-покупателей по всей стране. Пункты выдачи заказов (ПВЗ) переходят на новые графики работы и таким образом становятся удобнее для покупателей, которые теперь предпочитают забирать заказы до работы или поздним вечером. Сети постаматов и пунктов выдачи заказов достигли уровня достаточной представленности во всех регионах. Масштабы сетей позволили обеспечить доставку около 20 % заказов внутри страны. А в перспективе на 2017 г. ожидается рост сетей постаматов в 1,5 — 2 раза и 50-процентное увеличение числа пунктов выдачи заказов. Появятся новые форматы услуг и функции. Таким образом, данное направление онлайн-доставки продолжит свое развитие, в том числе за счет новых технологий, и уже сейчас можно прогнозировать положительную динамику роста этого сектора.

Методика исследования

Данные, положенные в основу исследования, состоят из двух частей.

Во-первых, была составлена база адресов всех российских пунктов выдачи на основании открытых источников и данных, предоставленных логистическими компаниями. В исследо-

вании приводится фрагмент анализа базы, где рассмотрено общее распределение пунктов выдачи, постаматов, отделений Почты России по регионам и макрорегионам.

Во-вторых, был проведен опрос активных онлайн-покупателей с целью выяснить, почему потребители предпочитают самовывоз другим способам доставки. Из опрошенных 18 тыс. активных онлайн-покупателей 8 тыс. совершили последнюю покупку в ПВЗ или постамаате.

Онлайн-анкета была разделена на 3 части:

1 блок — опыт интернет-покупок;

2 блок — опыт доставки последней покупки;

3 блок — социально-демографические данные.

Количество столичных (Москва, Санкт-Петербург, Московская и Ленинградская области) и региональных участников опроса примерно одинаково. На долю городов федерального значения пришлось 46 %, на города-миллионники — 16 % и 38 % — на все остальные города России. Подавляющее большинство пользователей в выборке — женщины (83 %).

Около 80 % респондентов отметили, что на момент проведения опроса имели работу. По возрасту самая многочисленная категория опрошенных (почти треть) — от 35 до 44 лет. Еще треть составляют люди от 25 до 34 лет.

Выборка состоит из экономически активного платежеспособного населения. Респонденты — интернет-покупатели, которые хотя бы раз за последний год получали онлайн-посылку через ПВЗ или постамаат. Именно они своими потребностями формируют направления развития рынков элек-

тронной торговли и, как следствие, — логистики.

Основные результаты

Итак, потребители нашли способ доставки интернет-покупок во многих случаях гораздо более удобный, чем получение курьером. У доставки в ПВЗ или постамаат в плюсах одновременно сразу несколько факторов:

дешевизна (на 100 — 300 руб.);

более четкое планирование (не надо ждать курьера);

безопасность и комфорт (не надо пускать к себе в дом курьера; никто не видит, что именно привезли; если это постамаат, то вообще нет свидетелей получения посылки).

Все вместе эти факторы привели к тому, что пункты самовывоза и автоматизированные ячейки становятся чрезвычайно удобными для некоторых групп клиентов и товаров.

В первую очередь это молодая часть аудитории (студенты, старшеклассники), а также аудитория, много работающая (тоже достаточно молодая). Более того, для этих целевых групп самостоятельное получение заказов из интернет-магазинов является во всех случаях предпочтительным способом доставки.

Практически все, кто предпочитает самостоятельно забирать свои заказы, чаще или реже используют и другие способы доставки (домой, в магазин и т. д.). Выбор способа доставки зависит не только от товара и текущих обстоятельств самого покупателя, но и в огромной степени от того, какой сервис готов предоставить магазин.

По результатам опроса нет однозначного подтверждения, что пользователь выберет тот или иной магазин по наличию в нем доставки в ПВЗ или по-