



Доставка в ПВЗ и постаматы

В 2019 г. пункты выдачи заказов и постаматы стали основным каналом доставки интернет-покупок и по-прежнему сохраняют лидерство.

Аналитическое агентство Data Insight опубликовало исследование “Доставка в пункты выдачи заказов и постаматы”, проведенное при поддержке генерального партнера Voxberry и партнеров исследования 5Post, CDEK и Pick-Point.

Исследование посвящено самому популярному каналу доставки. На основе данных от логистических компаний и интернет-магазинов было оценено количество заказов, полученных через ПВЗ и постаматы. Многочисленные интервью с экспертами позволили описать важные модели работы, сформулировать ключевые тренды и основные ограничения этого сегмента логистики. Важной частью исследования стал подробный анализ собранной Data Insight базы адресов ПВЗ и постаматов 25 компаний.

Развитие сетей пунктов выдачи заказов и постаматов — один из самых интересных сегментов логистики для электронной торговли. В 2016 г. таким способом доставляли около 20 % заказов, в 2018 г. доля самовывоза составляла немногим больше 30 %, а в 2019 г. он стал основным каналом доставки интернет-покупок (рис. 1).

В конце 2019 г. доля ПВЗ и постаматов составляла 62 %, а у некоторых площадок доходила до 90 %. Для пользователей привлекательна в первую очередь более низкая стоимость такой доставки, однако у нее есть и другие плюсы. Сейчас крупнейшие сети могут обеспечить и достаточно близкое расположение, и подходящий график работы, так что покупатели отмечают: забрать посылку самостоятельно удобнее, чем договариваться с курьером и ждать, особенно при отсутствии узких интервалов доставки.

Качество доставки самовывозом зависит от сети физических объектов — самих пунктов выдачи и постаматов. Поэтому важнейшие игроки в этом сегменте — те, кто располагает большим количеством точек:

логистические операторы (используют собственные и партнерские пункты выдачи и постаматы);

маркетплейсы и интернет-магазины (располагают собственными сетями и используют сети логистических операторов);

аптеки (используют офлайн-аптеки для выдачи заказов из интернет-аптек);

владельцы сетевых помещений (в первую очередь магазинов, а также салонов связи, банковских отделений, на базе которых создаются точки выдачи нового типа);

Почта России.

В последние несколько лет все крупные игроки активно развивали свои сети: увеличивали количество точек, совершенствовали логистические процессы, меняли требования и модифицировали сами точки, заключали договоры с другими владельцами помещений. Компании могли открывать несколько десятков новых объектов — ПВЗ и постаматов — в неделю. И теперь многие игроки располагают тысячами пунктов.

ПВЗ и постаматы — основной канал доставки покупок из интернет-магазинов

По оценке Data Insight, в первой половине 2020 г. покупатели получили самостоятельно (в ПВЗ, постаматах и офлайн-магазинах) 265 млн. заказов — 68 % от всех посылок. У лидера рынка Wildberries доля заказов, доставленных через ПВЗ и постаматы, составляет 90 %. Для магазинов возможность забрать товары самовывозом — это стандарт, как и курьерская доставка до двери. Получить заказ хотя бы одним из способов — в собственном магазине, партнерском пункте выдачи или постамаате — можно в подавляющем большинстве магазинов.

С сетями ПВЗ и постаматов сотрудничают 58 % крупнейших магазинов и 57 % остальных. Доставку и в ПВЗ, и в постаматы предлагают 31 % крупнейших магазинов и 20 % остальных. Остальная часть самовывоза приходится на собственные офлайн-магазины и пункты выдачи.

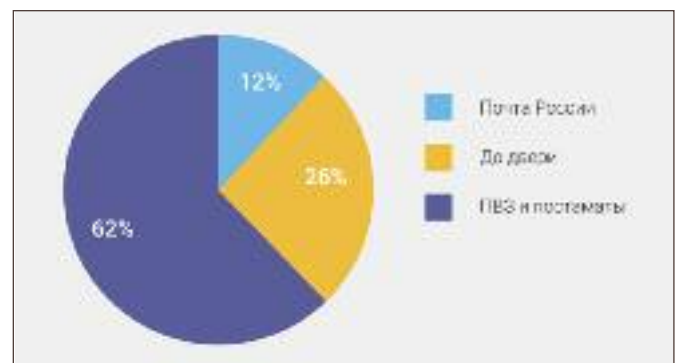


Рис. 1. Доли основных каналов доставки заказов из интернет-магазинов

Статью целиком читайте
в бумажной версии журнала