

ЛОГИСТИЧЕСКИЕ УСЛУГИ ДЛЯ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ

Аналитическое агентство Data Insight в конце 2017 г. представило исследование “Логистические услуги для интернет-магазинов: основной доклад 2017”. Это — третья волна исследования. В ее основе лежат в первую очередь данные Data Insight по продажам в интернете, а также распределению этих продаж по видам и методам доставки. Кроме этого были опрошены крупнейшие логистические компании и некоторые интернет-магазины.

Предлагаем читателям ознакомиться с результатами данного исследования.

Тренды рынка логистики для интернет-магазинов

Рост спонтанных онлайн-покупок. Усиление роли смартфонов, как инструмента для покупок, приводит к росту числа (и доли) сиюминутных, спонтанных покупок в интернете. Изменение в поведении потребителей порождает новый вызов для логистических компаний — в первую очередь потребность в срочной доставке (в течение нескольких часов). Учитывая очень быстрый рост доли заказов, делающихся с мобильных устройств, следует ожидать дальнейшего роста спонтанных покупок и дальнейшего усложнения требований к их логистике.

Рост популярности доставки еды. Доставка продуктов питания — самый быстрорастущий рынок в интернет-торговле, опережающий по темпам даже рынок доставки готовой еды. Появление на рынке новых предложений увеличивает интерес потребителей, что порождает спрос на логистические услуги по доставке еды. При этом доставка еды подразумевает несколько

температурных режимов в доставке и хранении, большой вес и большое количество мест в доставке, необходимость проверки с получателем большого числа наименований и т. д. Кроме того, очень важным условием становится доставка в течение нескольких часов.

Для всего этого сегодня нет предложений в России, за исключением нескольких небольших (и в первую очередь краудсорсинговых) компаний срочной логистики. Ожидается существенное увеличение числа продуктовых интернет-магазинов в течение 2018 и 2019 гг., что приведет к росту предложений логистических компаний. При этом в силу отсутствия сегодня интересных предложений магазины будут вынуждены начинать отстраивать доставку до покупателя самостоятельно.

Значительные инвестиции в маркетплейсы станут ключевым фактором, меняющим рынок в 2018 и 2019 гг. Совместный проект Сбербанка и Яндекса — это 60 млрд. руб., инвестированных в развитие рынка интернет-торговли в России. Сравнимые объемы инвестиций, как предполагается, будут вложены в Goods.ru и Tmall (российский). Вне зависимости от успеха каждого из этих проектов, можно уверенно говорить о том, что это далеко не все инвестиции в маркетплейсы в России в ближайшие годы. Агрессивный рост маркетплейсов, а вернее — рост инвестиций в рынок через эти проекты, приведет к изменению ландшафта в течение ближайших нескольких лет. Этот фактор будет одним из важнейших по степени влияния на рынок в последующие годы.

Растет значение технологий для логистики, включая IT-технологии и

процессы. Интернет-торговля за последние несколько лет существенно выросла, а ее структура стала более сложной: коммуникации с клиентами через мобильный канал, омниканальная торговля, доставка в постаматы, различные условия доставки для разных целевых групп и категорий товаров. Но самое главное — развитие и усложнение IT-систем и бизнес-процессов магазинов, рост инвестиций в эту часть бизнеса приводят к постоянному росту требований к технологической основе логистической компании. Эти требования в дальнейшем будут только возрастать. Еще в позапрошлом году было известно, что лидерство в отрасли определяется IT-лидерством. Сегодня к IT добавились технологические решения на складах и в машинах, а также высочайшие требования к бизнес-процессам.

Растет спрос на специальную доставку, в том числе крупногабаритную. Драйвером роста сервисов логистики являются категории “мебель”, DIY, “сантехника”. Эти категории сегодня в большей степени растут за счет роста именно предложений в онлайн. Новые продавцы предъявляют спрос на специализированную логистику. Однако предложений на этом рынке пока немного, и стоимость пока что выше ожиданий магазинов и покупателей. Предполагается, что на рынке должно появиться больше специализированных операторов крупногабаритной доставки либо на основе существующих логистических операторов, либо на базе грузовых таксопарков. Одновременно начинает расти спрос на другие специализированные сервисы по доставке продуктов (о чем говорилось выше), фармацевтики, алкоголя, ювелирных изделий.