



ЛОГИСТИКА: МНЕНИЯ И ОЖИДАНИЯ

Аналитическое агентство Data Insight при поддержке компании “Яндекс.Доставка”, а также 5Post, “Арвато”, Voboxberry, DHL, PickPoint, Почты России выпустило в конце декабря прошлого года исследование “Логистика: мнения и ожидания”. Это четвертый выпуск важного исследования, посвященного устройству рынка логистики для электронной коммерции, организации и качеству логистических услуг. Исследование представляет точки зрения трех основных участников процесса логистики: магазинов, логистических компаний и конечных покупателей.

В основе исследования лежат два онлайн-опроса: покупателей и представителей интернет-магазинов. Опросы составлены так, чтобы можно было сравнить предпочтения покупателей относительно доставки с представлениями магазинов об этих предпочтениях, а также оценить, насколько и те, и другие удовлетворены качеством сервиса. Чтобы отразить в исследовании точку зрения логистических компаний, было проведено множество экспертных интервью.

За два года, прошедшие с предыдущего выпуска “Мнений и ожиданий”, рынок логистики для электронной торговли кардинально изменился. Во-первых, жизнь поменялась под влиянием пандемии. В интернет-магазины пришли новые покупатели, и количество заказов существенно увеличилось. Люди стали проще относиться к покупкам в Интернете и тратить на них меньше денег — средний чек упал, а доля предоплаченных заказов увеличилась. В десятки раз выросли сегменты еды и FMCG. Появилась суперсрочная доставка.

Во-вторых, магазины стали перестраивать свою логистику в соответствии с требованиями рынка. По данным Data Insight на первую половину 2021 г., 58 % покупок было сделано на маркетплейсах. Именно они сейчас определяют ландшафт рынка и влияют на привычки пользователей. Магазины почувствовали необходимость в сотрудничестве с маркетплейсами, для чего пришлось учиться новым логистическим процессам, в результате существенно выросла востребованность аутсорсинга: сейчас его не используют только самые маленькие магазины.

Устройство логистики для интернет-торговли, как и рынка электронной коммерции в целом, меняется прямо на глазах.

Основные выводы и результаты

Существенно выросло влияние маркетплейсов. По данным Data Insight на осень 2021 г., 89 % магазинов продают товары на том или ином маркетплейсе. И только у 10 % больше половины продаж происходит через собственный сайт, а не стороннюю площадку.

Популярнее всего Wildberries — с ним работают 67 % опрошенных магазинов. Он же лидирует по объему продаж: согласно результатам опроса 57 % магазинов продают больше на Wildberries, чем на других маркетплейсах (рис. 1).

Статью целиком читайте в бумажной версии журнала

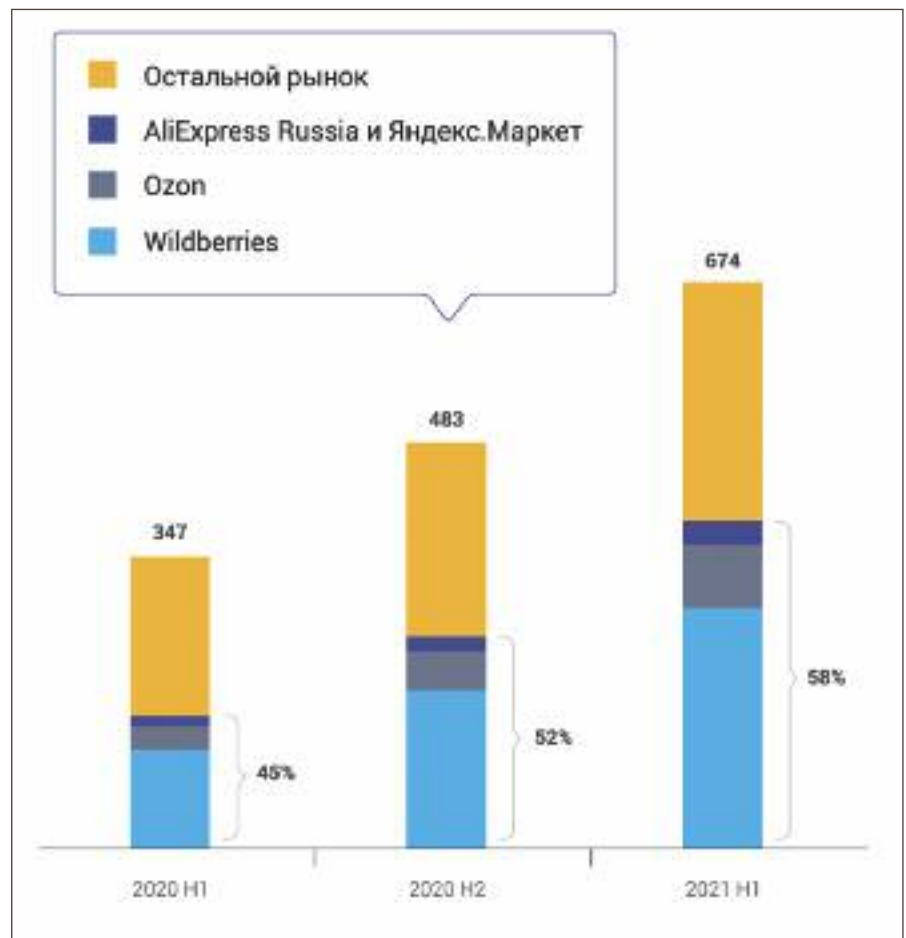


Рис. 1. Онлайн-заказы (млн. шт.) по полугодиям