

Экосистема рынка логистики для интернет-торговли — 2016



За минувший год в логистике не появилось новых крупных игроков ни в сегменте пунктов выдачи или постаматов/почтоматов, ни в сегменте курьерской доставки. Это говорит о том, что выйти на рынок становится тяжелее: для старта нужны серьезные инвестиции. Скорее всего, текущего количества игроков и сервиса, который они предоставляют, рынку достаточно. Заметная тенденция уходящего года — развитие агрегаторов (Яндекс. Доставка, CheckOut). Эти проекты наверняка получат хорошую долю от заказов своих конкурентов — агрегаторов, а также от клиентов «извне», поскольку предоставляют удобный вход для ряда интернет-магазинов.

Алексей Бездеткин, коммерческий директор, Vohberry



Очень хорошо, что Экосистема развивается и становится реальным инструментом-путеводителем по рынку, особенно для начинающих интернет-магазинов. Уверен, что в 2017 году она опять пополнится новыми игроками. Я ожидаю серьезных изменений и появления новых крупных игроков в фулфилменте и постаматах/почтоматах. Нельзя также не отметить укрупнение сетей ПВЗ. Должно остановиться развитие собственных сетей крупных игроков online рынка, таких как Юлмарт, Wildberries. Приходит понимание, что это затратно. Вырастет конкуренция маркетплейсов, которые уже становятся и даже стали игроками и online-торговли, и логистики: Яндекс.Доставка и Market, Авито, Алиэкспресс (российский молл). Конкурировать они будут и с интернет-магазинами, и с нами, логистами. Также думаю, что в Экосистеме появится новая ячейка — лидеры создания мобильных приложений для ИМ. Продажи с мобильных устройств растут постоянно.

Сергей Егоров, коммерческий директор, СДЭК



Российский рынок логистических услуг только формируется, поэтому на рынке курьерской доставки, например, наблюдается тенденция интеграции игроков друг в друга, при этом роль инфраструктуры растет, продавцы хотят быть как можно ближе к покупателю, чтобы иметь преимущества доставки. Как всегда, важна география и сроки доставки. Рынок последней мили может заметно увеличиться в будущем за счет доставки алкоголя и лекарственных средств. По-прежнему популярны запросы клиентов на доставку крупногабарита, зарубежных посылок с таможенным оформлением. Рынок фулфилмента отличается большим количеством мелких игроков и отсутствием стандартов оказания услуг, но ситуация постепенно будет меняться к лучшему.

Дмитрий Лобанов, руководитель направления «Электронная коммерция», Ителла



У нас большой спрос на агрегацию доставки — надо закрыть все вопросы единым решением. Также востребована прямая доставка из региона по РФ с забором посылок курьером или в партнерском пвз. Есть высокая потребность в недорогом и удобном фулфилменте. Чего не хватает в экосистеме сейчас, так это сервисов, которые бы позволяли делать аналитику доставки, также совсем нет предложений по экспорту и доставке для физиков.

Андрей Лямин, директор по развитию сервиса, Шиптор

DATA
insight

+7 (495) 540-59-06
a@datainsight.ru
www.datainsight.ru



Логистический рынок для eCommerce продолжает консолидироваться: сильные игроки наращивают доли присутствия и создают долгосрочные альянсы, а слабые игроки покидают рынок. Изменяется спрос на доставку в регионах: растет интерес к курьерской доставке, но самым популярным способом доставки в регионах был и остается самовывоз из пунктов выдачи заказов. Набирает обороты и способ доставки в почтоматы. Мы уже в этом году увидим ряд интересных проектов и сделок. Клиенты становятся более требовательны к сервису, прежде всего это касается сроков доставки. Появляются новые услуги (особенно активно развивается эквайринг), сервисы становятся более персонализированными. Все большее внимание уделяется удовлетворению потребностей клиентов и в следующем году в данной экосистеме могут появиться скорверские компании, которые фактически будут проводить аудит сервиса, предоставляемого покупателю.

Денис Петрушевский, директор по развитию бизнеса, Ozon Доставка

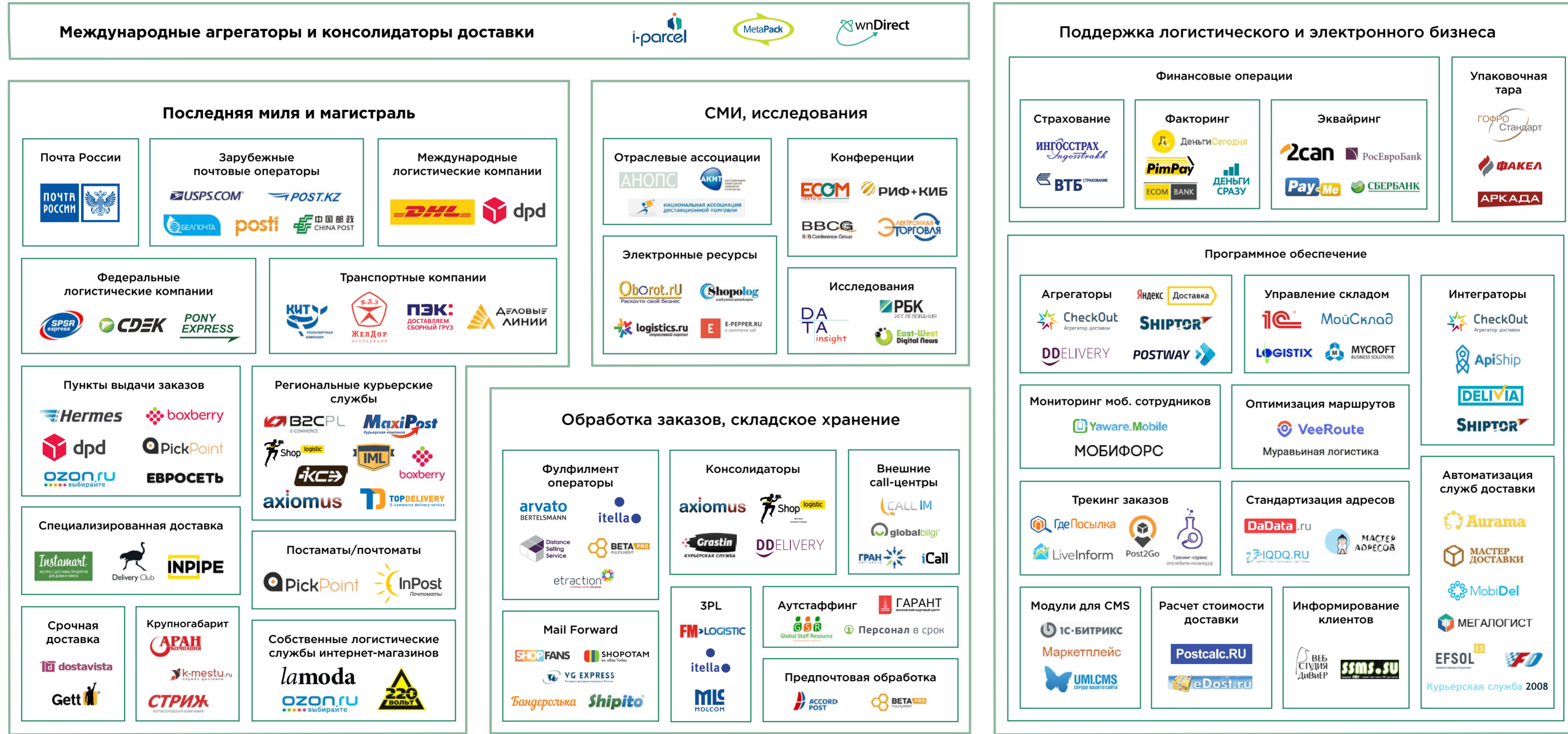


Логистический рынок для e-commerce активно растет, развиваются специализированные направления и появляются новые сервисы. В структуре экосистемы было бы полезно отразить эти тенденции и выделить в отдельные разделы компании, работающие с крупногабаритными заказами, а также развивающими доставку продуктов питания. Это одни из самых перспективных направлений с большим потенциалом.

Надежда Романова, CEO, PickPoint

Глобальный

Локальный



← Конечный покупатель → Инфраструктура

Полная версия экосистемы в исследовании «Логистические услуги для интернет-магазинов: основной доклад 2016» на сайте logistics.datainsight.ru/basereport2016