

ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ РЫНКА ДОСТАВКИ ПРОДУКТОВ И ТОВАРОВ НАРОДНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ ЗА ПОСЛЕДНИЕ ТРИ ГОДА

В. А. Щиголев

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова,
Москва, Россия

Всемирная пандемия коронавирусной инфекции привнесла серьезные изменения в экономику всех стран мира, поставив многие сегменты рынка в тупик. Продукты питания и товары народного потребления являются наиболее важными для поддержания жизни и здоровья населения мира, и Российская Федерация не является исключением. Осуществление доставки заказов, сделанных через Интернет, в 2020 г. стало одним из трендов в ретейле, так как Интернет в период карантинных мер стал одним из единственных каналов безопасной продажи. Онлайн-ритейлинг продуктов питания и товаров народного потребления стал очень удобен для потребителей, в связи с чем необходим поиск путей его поддержания и оптимизации. Основная цель исследования – выявление наиболее действующего метода по оптимизации рынка онлайн-ритейлинга продуктов и товаров народного потребления в современных реалиях. Для достижения цели автором применялся аналитический метод исследования. На основе статистических данных было выявлено основополагающее направление по оптимизации продуктового онлайн-ритейлинга и доставки внутри него, – Dark stores. Автором показаны основные плюсы внедрения подобного метода оптимизации, а также оценены показатели в динамике будущих лет.

Ключевые слова: онлайн-ритейлинг, доставка продуктов, оптимизация онлайн-торговли, логистика, логистические операции.

DYNAMICS OF DEVELOPING FOOD AND CUSTOMER GOODS DELIVERY MARKET DURING LAST THREE YEARS

Vladislav A. Shchegolev

Plekhanov Russian University of Economics,
Moscow, Russia

Global pandemic of the corona-virus infection caused serious changes in economy of all countries of the world having brought many sectors of market to the deadlock. Food and customer goods are essential for life and health of people everywhere and in the Russian Federation as well. Delivery of orders made by the Internet became a retail trend in 2020, as the Internet during the quarantine was the only channel of safe sale. On-line retail sale of food and customer goods became very convenient for customers, thus it is necessary to search for ways of its support and optimization. The key goal of the research is to find out the most efficient method aimed at optimization of food and customer goods on-line retail market in today's conditions. To reach this goal the author used the analytical method of research. On the basis of statistics the fundamental line in optimizing food on-line retail and delivery in it was identified – Dark stores. The author shows main advantages of introducing this method of optimization and estimates figures for the future.

Keywords: on-line retail, food delivery, on-line trade optimization, logistics, logistic operations.

Введение

Онлайн-ритейлинг, более известный как электронная торговля (e-commerce), активно развивается во всем мире уже второе десятилетие подряд, что является недолгим периодом развития относительно других отраслей экономики.

Электронная торговля увеличивает доступность товаров для потребителей, уравнивая их возможности, и при этом позволяет продавцу не только расширить ассортимент продаваемой продукции, но и снизить число посредников между продавцом и конечным потребителем, тем самым снижая стоимость товаров и повышая норму прибыли.

Наиболее значимыми недостатками онлайн-ритейлинга считаются отсутствие возможности доскональной оценки приобретаемого товара (привычной нам из офлайн-покупок в обычных магазинах), доставка товаров, а также осуществление гарантийного обслуживания и/или возврата товара ненадлежащего качества либо неподошедшего по тем или иным характеристикам. При этом новые игроки на рынке e-commerce стараются ломать стереотипы, что если товар нельзя потрогать, то он обязательно будет некачественным. Современные компании стараются максимально удовлетворить ожидания своих клиентов и подходят очень ответственно к предоставлению своих услуг.

Доставка продуктов и товаров народного потребления – одна из составляющих онлайн-ритейлинга, так как покупка осуществляется, как правило, через Интернет. Рынок доставки продуктов и товаров народного потребления начал свое активное и повсеместное развитие на территории страны около десяти лет назад, но в активную фазу развития вступил в последние три года.

Инструменты влияния на рынок доставки продуктов и товаров народного потребления

Магазин, не выходя из дома. Наиболее важный инструмент продвижения интер-

нет-торговли, а именно доставки продуктов и товаров народного потребления, – это удобство заказа. Ведь именно онлайн-ритейлинг дал возможность совершать покупки в любое время суток с доставкой на дом.

Следует отметить, что более 50% потребителей, отдающих предпочтение онлайн-покупкам, не хотят зависеть от стандартного времени работы магазинов¹.

Большое значение имеет простота интерфейса сайтов, которая в несколько раз ускоряет осуществление покупки и получение информации о доставке в реальном времени.

Близость к конечному потребителю = оперативность. Потребитель никогда не станет долго ждать, особенно если он захотел что-то именно в данный момент времени. Широкое проникновение Интернета в нашу жизнь, а также постоянно модернизирующиеся способы рекламы, основанные на ежедневных предпочтениях потребителя, дают возможность привлечения внимания на площадки интернет-торговли. Но если после оформления заказа потребитель долго (несколько дней) должен будет ждать свой заказ продуктов или товаров первой необходимости, то его интерес к использованию электронной торговли пропадет. Именно поэтому одним из основных механизмов успешного ритейла на рынке интернет-торговли продуктами и товарами народного потребления являются быстрые (из возможных) способы доставки.

На территории крупных городов нашей страны система интернет-торговли имеет отлаженную работу и пользуется все большим спросом.

Онлайн-торговля продуктами и товарами народного потребления в цифрах

В России не существует как такового официального источника мониторинга

¹ Результаты социологических исследований Всероссийского центра изучения общественного мнения, 2020. – URL: <https://wciom.ru/database/>

онлайн-торговли. Наиболее точным ресурсом для отражения динамики изменений объемов интернет-торговли являются социологические опросы, а также средства массовой информации, занятые изучением быстроразвивающегося и очень востребо-

ванного рынка e-commerce. Как видно из данных, представленных на рис. 1, онлайн-торговля продуктами питания в Российской Федерации становится перспективным сегментом.

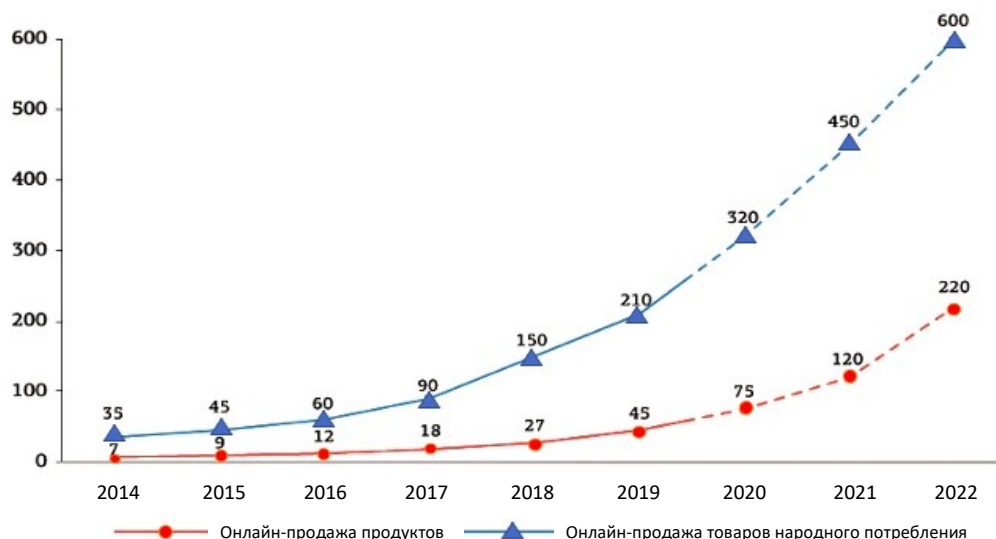


Рис. 1. Динамика и прогноз объемов продаж продуктов и товаров народного потребления на рынке онлайн-торговли в Российской Федерации

Составлено по аналитическим данным Ассоциации компаний интернет-торговли, 2020. – URL: <https://akit.ru/category/analytics/>

Современная экономическая ситуация в мире, а также ограничительные меры по перемещению граждан нашей страны, вызванные введением государством режима самоизоляции в 2020 г., дали возможность дополнительного роста спроса на покупки через Интернет.

Можно предположить, что в 2021 г. объем продаж рынка онлайн-торговли в целом и продуктов питания и товаров народного потребления в частности будет еще выше.

В 2019 г. онлайн-торговля продуктами в нашей стране выросла на 50% по сравнению с 2018 г. При этом показатели объема продаж продовольственных товаров первых трех кварталов 2020 г. выше показателей 2019 г. на 60%.

Наиболее значимым для рынка онлайн-торговли продуктами и товарами народного потребления последних трех лет стал 2020 г. Пандемия коронавирусной инфек-

ции COVID-19 серьезно пошатнула экономики стран всего мира. Рассматривая воздействие пандемии как драйвера онлайн-торговли, стоит отметить, что введение ряда ограничений в нашей стране поспособствовало адаптации компаний, занятых в розничной торговле, к новым реалиям рынка – переходу от офлайн- к онлайн-продажам.

За время ограничений отечественные компании, ведущие свою деятельность на территории Российской Федерации, продвинулись во внедрении цифровых технологий на несколько лет вперед. Так, в период самоизоляции чуть больше 50% россиян стали чаще пользоваться онлайн-покупками (рис. 2).

Если тренды по привлекательности рынка онлайн-торговли продуктами и товарами повседневного использования сохранятся, то можно будет с уверенностью говорить о показателе среднего роста рос-

сийской электронной торговли в ближайшее пятилетие на 33%. В апреле 2020 г. доля онлайн-продаж продуктов питания и

товаров народного потребления составляла 5% всего рынка при удвоении среднегодового значения в 2,5 раза (с 1,8 до 4%).

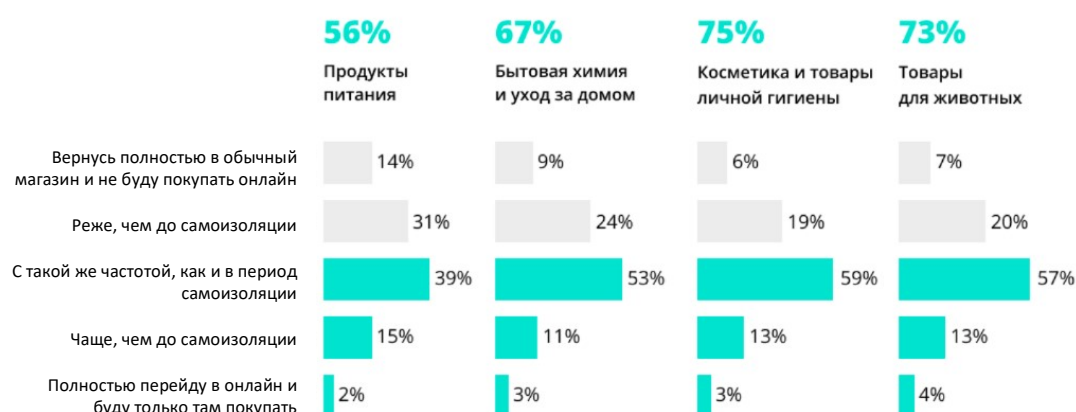


Рис. 2. Воздействие карантинных мер 2020 г. на рынок онлайн-торговли продуктами питания и товарами народного потребления

Составлено по результатам социологических исследований Всероссийского центра изучения общественного мнения, 2020. – URL: <https://wciom.ru/database/>

Основные ретейлеры доставки продуктов и товаров народного потребления

Рынок компаний-ретейлеров в период 2018–2020 гг. был довольно статичен, при этом внутри этого рынка можно было от-

четливо выделить основные компании, занятые в онлайн-торговле продуктами, а также товарами народного потребления (таблица).

Основные компании, занятые в онлайн-торговле продуктами и товарами народного потребления на территории Российской Федерации в 2018–2020 гг.*

Наименование компании	Ассортимент, тыс. позиций	Доставка	Стоимость доставки	Сервис доставки
Перекресток	11	В день заказа	Бесплатно от 3 тыс. руб.	Собственная
Пятерочка	9	За 90 минут	99 руб.	Собственная
Утконос ОНЛАЙН	39	В день заказа	Бесплатно	Собственная
ВкусВилл	3	За 2 часа	Бесплатно	Собственная
METRO	40	От 2 часов	299 руб. (Москва, Московская область, Санкт-Петербург) 199 руб. (остальные)	СберМаркет
Ecomarket.ru	5	В день заказа	299 руб.	Собственная
Азбука Вкуса	18	За 3 часа	399 руб. (5–8 тыс. руб.) Бесплатно от 8 тыс. руб.	Яндекс.Еда, OZON СберМаркет
О'КЕЙ	20	В день заказа	Бесплатно	
Лента	10	В день заказа 30 минут	Бесплатно	iGooods, СберМаркет Ленточка
Ашан	60	В день заказа	300 руб.	Собственная (5 км от магазинов) iGooods, СберМаркет

* Составлено по: [6].

Более детальное рассмотрение лидирующих компаний рынка ретейлинга продуктов и товаров народного потребления начнем с компании «Утконос ОНЛАЙН», занимающей 3-е место по объему онлайн-продаж. Это одна из первых компаний на рынке в России, запустившая онлайн-сервис по доставке продуктов питания и товаров народного потребления еще в 2007 г. До 2017 г. компания была основным ретейлером указанных товаров на территории нашей страны. Все стало меняться, когда на рынок начали выходить крупные компании, занятые в офлайн-продажах аналогичного сегмента, к которым относятся магазины, входящие, например, в X5 Retail Group. Позиции компании изменились и под воздействием экономических показателей мира, введения карантинных мер, которые, как уже отмечалось, стали драйвером спроса на аналогичные сервисы доставки товаров первой необходимости и активного развития ретейла в нашей стране. Потеря позиции лидера на рынке ретейлинга в своей области произошла еще и потому, что компания «Утконос ОНЛАЙН» вела свою деятельность исключительно на территории Москвы и Московской области. Компания планирует открытие зоны доставки продуктов питания и товаров народного потребления в Санкт-Петербурге. Во втором квартале 2020 г. компания обрабатывала порядка 19 тыс. заказов в сутки.

Лидером в сегменте анализируемого рынка является крупнейшая сеть супермаркетов нашей страны «Перекресток», входящая в X5 Retail Group.

«Перекресток» запустил собственный сервис онлайн-доставки товаров в 2017 г. Динамика спроса на услуги онлайн-доставки товаров с момента открытия направления до сегодняшнего дня показала его увеличение в 3 раза. Во втором квартале 2020 г. компания обрабатывала до 22 тыс. заказов в сутки, а также начала сотрудничать с пятью транспортными компаниями, занятыми в доставке товаров. Драйвером роста спроса в период панде-

мии стали такие группы товаров, как бакалея, товары бытового назначения (бытовая химия), а также товары для домашних животных. Средний чек в 2020 г. вырос почти в 2 раза. Основное отличие интернет-магазина «Перекресток» – осуществление бесконтактной доставки (что стало одним из наиболее важных факторов для II квартала 2020 г.) и возможность получения экспресс-доставки (за 1 час) при его оформлении в сервисе «Перекресток.Быстро».

С чуть меньшими объемами, но не меньшим количеством обращений запустила свою работу и компания «Пятерочка», также входящая в X5 Retail Group. Одним из драйверов ее деятельности стала быстрая доставка, так как магазины офлайн-продаж, из которых осуществляется доставка, имеют большую плотность, что дает возможность более быстрого взаимодействия с конечным потребителем. Также данная компания предлагает наиболее выгодные цены и систему лояльности для своих покупателей.

Четвертую и шестую позиции рейтинга последних трех лет занимают компании, занятые онлайн-доставкой продуктов здорового питания, являющихся товарами без вредных добавок. К ним относятся компании «ВкусВилл» и Ecomarket.ru.

Компания «ВкусВилл» осуществляет онлайн-доставку в 30 городах России. Доставка товаров не имеет привязку к минимальной стоимости заказа и не превышает двух часов. Компания Ecomarket.ru ведет свою деятельность на территории Москвы, Московской области, Республики Татарстан, Санкт-Петербурга и Ленинградской области с 2018 г.

Компания METRO, ранее занятая в оптовой продаже продуктов питания для юридических лиц, с конца 2019 г. открыла свои двери для физических лиц (обычных потребителей). В 2020 г. была запущена онлайн-доставка продуктов питания и товаров народного потребления, которая сразу же стала популярной и востребованной, так как компания адаптирована под любого потребителя, независимо от физи-

ческих и технических возможностей. Доставкой товаров занимается сервис «Сбер-Маркет» в 55 городах России. В октябре 2020 г. компания запустила собственную доставку из всех своих магазинов по стране, обоснованную высоким спросом – от 14 до 18 тыс. онлайн-заказов в день.

На основе вышеизложенного возможно предложение путей оптимизации рынка онлайн-ритейлинга в сегменте продуктов питания и товаров народного потребления в нашей стране.

Сокращение времени доставки как основной путь оптимизации рынка онлайн-ритейлинга

При рассмотрении основных ритейлеров в онлайн-торговле продуктами и товарами народного потребления следует отметить и новые, открывшиеся в 2019 г. компании, показавшие быстрый старт и динамичное развитие. К ним относятся компании «Яндекс Лавка» и «Самокат». Именно данные компании проводили анализ наиболее сильных и слабых сторон существующих магазинов онлайн-торговли, модернизируя работу в соответствии с реалиями современного рынка торговли в нашей стране. Отличительной чертой этих компаний является доставка заказов в течение 15 минут с момента его формирования и отправки. Важно отметить, что для сокращения срока доставки необходимо расширение географии пунктов сбора и доставки компаний.

Одним из наиболее важных путей оптимизации и сокращения времени доставки онлайн-заказов товаров, относящихся к продуктам питания и товарам народного потребления, является открытие формата Dark store (магазина, работающего в режиме склада).

Чем примечательно внедрение Dark store в онлайн-доставку продуктов и товаров народного потребления? Для Dark

store принципиально важны скорость комплектации и доставки заказа и четкое соблюдение условий хранения товара. Магазины Dark store визуально похожи на супермаркеты, но не имеют вывесок, покупателей, рекламы и касс.

Еще одной отличительной чертой подобного пространства является выдержка определенных температурных режимов, необходимых для хранения разных категорий товаров. Магазины формата Dark store находятся близко к жилым и общественным зонам. Нередко встречаются гибридные Dark store, в которых предусмотрены небольшие пункты оформления и получения заказов для покупателей.

Мировой опыт внедрения в сегмент рынка товаров народного потребления и продуктов питания формата Dark store показывает, что данный путь является одним из основных для грамотной оптимизации рынка онлайн-ритейлинга в нашей стране. Например, во Франции работает более 2 тыс. магазинов Dark store, а онлайн-составляющая рынка товаров народного потребления выросла уже до 5,7%.

Рассматривая опыт внедрения формата Dark store в Восточной Европе, стоит отметить, что продукты питания и товары народного потребления онлайн покупают лишь от 0,3 до 1,7% покупателей.

Нельзя не обратить внимание и на то, что лидер онлайн-ритейлинга в сегменте продуктов и товаров народного потребления в нашей стране компания «Перекресток» уже начала внедрение пробных магазинов Dark store в начале 2020 г. Показатели спроса свидетельствуют об эффективности данного метода оптимизации онлайн-ритейлинга в нашей стране. В перспективе компания готова увеличивать долю онлайн-канала в структуре продаж до 2% за счет внедрения большего количества магазинов формата Dark store.

Список литературы

1. Веретёхин А. В. Развитие электронной коммерции в ритейле высокотехнологичных товаров народного потребления // Вестник университета. – 2019. – № 8. – С. 123–130.

2. Гаврюшин О. Ю., Долгов С. И., Савинов Ю. А., Тарановская Е. В. Изменения фирменной структуры онлайн-продаж в России // Российский внешнеэкономический вестник. – 2019. – № 8. – С. 77–93.
3. Жилина И. Ю. Электронная розничная торговля в России: состояние и перспективы // Экономические и социальные проблемы России. – 2018. – № 1. – С. 39–70.
4. Захаров А. Н., Чехранова Т. А. Тенденции развития электронной торговли в международной практике // Российский внешнеэкономический вестник. – 2019. – № 6. – С. 102–106.
5. Лиценберг И. И. Состояние электронной торговли России и перспективы ее развития в Забайкальском крае // Московский экономический журнал. – 2019. – № 8. – С. 250–263.
6. Розничная торговля Food и потребительский рынок России № 2 2020. – СПб. : ИнфоЛайн, 2020.
7. Российский рынок интернет-торговли: итоги 2019 года, тренды 2020-го. – М. : НИУ ВШЭ, 2020.

References

1. Veretekhin A. V. Razvitie elektronnoy kommersii v riteyle vysokotekhnologichnykh tovarov narodnogo potrebleniya [Development of E-Commerce in the Retail of High-Tech Consumer Goods]. *Vestnik universiteta*, 2019, No. 8, pp. 123–130. (In Russ.).
2. Gavryushin O. Yu., Dolgov S. I., Savinov Yu. A., Taranovskaya E. V. Izmeneniya firmennoy struktury onlayn-prodazh v Rossii [Changes in the Corporate Structure of Online Sales in Russia]. *Rossiyskiy vneshneekonomicheskiy vestnik* [Russian Foreign Economic Bulletin], 2019, No. 8, pp. 77–93. (In Russ.).
3. Zhilina I. Yu. Elektronnaya roznichnaya trgovlya v Rossii: sostoyanie i perspektivy [Electronic Retail Trade in Russia: State and Prospects]. *Ekonomicheskie i sotsialnye problemy Rossii* [Economic and Social Problems of Russia], 2018, No. 1, pp. 39–70. (In Russ.).
4. Zakharov A. N., Chekhranova T. A. Tendentsii razvitiya elektronnoy trgovli v mezhdunarodnoy praktike [Trends in the Development of Electronic Commerce in International Practice]. *Rossiyskiy vneshneekonomicheskiy vestnik* [Russian Foreign Economic Bulletin], 2019, No. 6, pp. 102–106. (In Russ.).
5. Litsenberg I. I. Sostoyanie elektronnoy trgovli Rossii i perspektivy ee razvitiya v Zabaykalskom krae [The State of Electronic Commerce in Russia and the Prospects for its Development in the Trans-Baikal Territory]. *Moskovskiy ekonomicheskiy zhurnal* [Moscow Economic Journal], 2019, No. 8, pp. 250–263. (In Russ.).
6. Roznichnaya trgovlya Food i potrebitelskiy rynek Rossii N 2 2020 [Retail Food and Consumer Market of Russia N 2 2020]. Saint Petersburg, InfoLayn, 2020. (In Russ.).
7. Rossiyskiy rynek internet-torgovli: itogi 2019 goda, trendy 2020-go [The Russian Internet Trade Market: Results of 2019, Trends of 2020]. Moscow, NIU VSHE, 2020. (In Russ.).

Сведения об авторе

Владислав Алексеевич Щиголев
аспирант кафедры предпринимательства
и логистики РЭУ им. Г. В. Плеханова.
Адрес: ФГБОУ ВО «Российский
экономический университет имени
Г. В. Плеханова», 117997, Москва,
Стремянный пер., д. 36.
E-mail: vladschigolev1@gmail.com

Information about the author

Vladislav A. Shchegolev
Post-Graduate Student
of the Department for Entrepreneurship
and Logistics of the PRUE.
Address: Plekhanov Russian University
of Economics, 36 Stremyanny Lane,
Moscow, 117997, Russian Federation.
E-mail: vladschigolev1@gmail.com