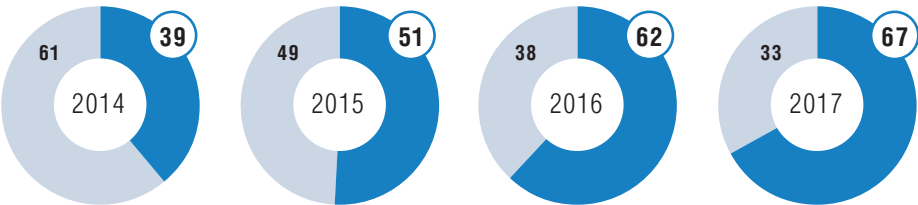


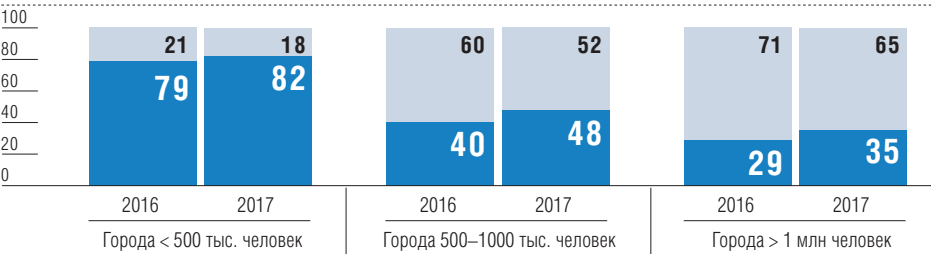
СПОСОБЫ ДОСТАВКИ ТОВАРОВ В ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЕ ИСТОЧНИКИ: ДАННЫЕ АКИТ И «ПОЧТЫ РОССИИ».

«Почта России» Другие способы



ДОЛИ ДОСТАВКИ ПОСЫЛОК ПО ТИПУ НАСЕЛЕННОГО ПУНКТА (%) ИСТОЧНИК: ДАННЫЕ АКИТ.

«Почта России» Другие способы



ПУНКТЫ ВЫДАЧИ ПОСЫЛОК, ПОСТАМАТЫ И ПОЧТОВЫЕ ОТДЕЛЕНИЯ СТАНОВЯТСЯ ВСЕ БОЛЕЕ ПОПУЛЯРНЫ У ПОКУПАТЕЛЕЙ

→ зился с 5,1 рабочего дня в 2015 году до 4,0 — в 2017-м. При этом нормативные сроки перевода наложенных платежей составляют три-пять рабочих дней.

ПОСПЕТЬ ЗА МИРОМ Несмотря на динамичный рост российского рынка электронной коммерции, особенно в крупных городах, он все еще отстает от рынков развитых и развивающихся стран. По данным АКИТ, онлайн-торговля занимает только 3% объема розницы в России, которая составляет 35 млрд руб., тогда как в странах ЕС, по данным McKinsey, этот показатель находится на уровне 7%. Расходы российских домохозяйств в цифровой сфере составляют, по оценкам аналитиков, 2,6% ВВП, что примерно вдвое ниже, чем в США и Китае. В 2016 году в России, по данным аналитиков, число посылок в год на одного жителя страны составляло 3,5 шт., в то время как в Дании, Бельгии и Швейцарии этот показатель был на уровне 6–7 шт., а в Германии, Южной Корее и крупнейших городах Китая — более 20 посылок на человека в год. Таким образом, чтобы достичь уровня Китая (39 посылок), России необходимо увеличить свой показатель в 12 раз.

В числе причин низкого роста e-commerce в России эксперты выделяют недостаточно развитую логистическую инфраструктуру, высокие барьеры для входа на рынок, его раздробленность и низкую маржинальность. По данным АКИТ, в 2017 году стоимость 61,4% покупок из зарубежных интернет-магазинов не превышала €22. Это связано с невысокой покупательной способностью населения, считает старший менеджер компании Deloitte Андрей Семенов. «Если говорить о проблемах доставки, то в регионах ритейлеры все еще не готовы компенсировать инвестиции логистических операторов в инфраструктуру», — добавил господин Семенов.

Учитывая масштабы страны, неразвитость логистики и инфраструктуры является основным препятствием для

дальнейшего роста e-commerce в России, согласен Мартайн Пейтерс. При этом в регионах электронная торговля остается единственным каналом продаж для обеспечения потребителей широким ассортиментом товаров, напоминает он. «Однако главная проблема там — отсутствие быстрых и доступных вариантов доставки в сочетании с лимитированной продуктовой линейкой. Поэтому сохраняется значительный неудовлетворенный спрос», — поясняет эксперт. По оценке Мартайна Пейтерса, в России успешные онлайн-магазины существуют наряду с традиционными ритейлерами, которые активно развивают «многоканальный» подход к продажам, однако по сравнению с США и Китаем рынок онлайн торговли более фрагментирован. «На нем не хватает одной или двух доминирующих

площадок», — полагает эксперт. Развитию e-commerce в России будет способствовать появление проектов с государственным участием, направленных на комплексное развитие служб доставки и инфраструктуры, полагает Андрей Семенов.

ЭКОСИСТЕМА ДЛЯ ПОКУПОК Новый импульс развитию рынка e-commerce в России даст внедрение единой площадки электронной торговли, считают в «Почте России». Эффект для рынка от развития такой системы в госкомпании оценивают в 1 трлн руб. уже к 2021 году, а по числу посылок на гражданина Россия сравняется с Германией. В перспективе Несколько лет объем электронного товарооборота может увеличиться на 5–7 трлн руб. При этом основными условиями для развития

ПЛАТФОРМА E-COMMERCE ПОДДЕРЖИТ МАЛЫЙ БИЗНЕС

➤ Одним из показательных примеров развития цифровой экономики Китая стало создание онлайн-платформы электронной торговли Ule, следует из отчета McKinsey «Цифровая Россия: новая реальность». Дело в том, что в Китае с расцветом интернет-торговли снизился спрос в сельских торговых точках, что создало угрозу потери рабочих мест. При этом в стране 700 тыс. малых населенных пунктов и в сельской местности проживают около 600 млн человек.

Проблему решил совместный проект государственной почтовой компании China Post и частной технологической корпорации TOM Group. Совместное предприятие разработало онлайн-платформу Ule для небольших магазинов в сельской местности, которая создала единую базу данных товаров этих магазинов, чтобы продавать их в соседних регионах посредством онлайн-заказов. Национальная почтовая служба China Post, в штате которой около 1 млн почтальонов, отвечает за быструю доставку товаров между населенными пунктами. А финансовые операции осуществляет Postal Bank, принадлежащий China Post. Партнером проекта стал крупнейший китайский мессенджер WeChat, который создал ИТ-решение для связи между продавцами и покупателями. Аналитические решения для сбора и обработки данных по продажам предоставила компания Rubikloud.

Платформа дала фермерам доступ к рынку сбыта и расширила ассортимент доступной для потребителей продукции. В результате в магазинах, сотрудничающих с Ule, продажи значительно выросли. Сегодня Ule объединяет более 330 тыс. магазинов. Цель сервиса в ближайшей перспективе — охватить 1 млн магазинов во всех регионах страны.

e-commerce станут снижение барьеров входа на рынок, улучшение сервиса для покупателей и возможность объединить разные компетенции в единой экосистеме, которая включит в себя все этапы электронной торговли: от транспортировки заказа от поставщика и процессинга в центре оформления до доставки товара заказчику и последующего потребительского сервиса.

«Почта России», по ее данным, обработала 365 млн внутренних и международных посылок в 2017 году. Развитие инфраструктуры и повышение качества услуг, а также интеграция рынка процессинга, который сейчас оценивается в 8–10 млрд руб., с сортировочными центрами «Почты России» обеспечат качественно другие показатели, прогнозируют в компании. Имея 42 тыс. отделений по всей стране, «Почта России» обеспечивает сегодня доставку посылки в пик сезона в среднем в течение 11–12 дней. Но построение национальной логистической системы позволит в ближайшие пять лет сократить этот показатель до 36 часов, заявил глава «Почты России» Николай Подгузов.

Создание комплексной системы электронной торговли потребует налаживания партнерских связей, убеждены в «Почте России». Например, для обеспечения работы платформы необходимо участие крупных ИТ- и сервисных компаний, которые обеспечили бы координацию заявок, интеграцию систем, а также формирование электронной отчетности. Работу финансового блока может взять на себя альянс группа ВТБ, которая уже имеет несколько совместных проектов с «Почтой России». Система должна предусматривать возможность работы с электронными платежными системами, включая PayPal, Apple и Android Pay, а также поддерживать работу платежных систем Visa, MasterCard и «Мир». Развитие на «последней миле» «Почта России» может осуществлять с компаниями сетевой розничной торговли, такими как «Магнит» и X5 Retail Group.

Создание единой экосистемы электронной коммерции — перспективный проект, считает президент Национальной ассоциации дистанционной торговли Александр Иванов. Открытость такой платформы позволит привлечь и интегрировать всех участников рынка, включая не только маркетплейсы, но и логистические компании, и снимет барьеры для входа на рынок новых и мелких игроков, полагает Александр Иванов. «Крупным площадкам, таким как eBay, Amazon и AliExpress, подключение к такой системе позволит расширить аудиторию и выйти на производителей товаров», — продолжает он. А малые производители товаров смогут получить преимущество в виде роста трафика, отметил господин Иванов.

ЗВЕНО ЛОГИСТИКИ Инфраструктурной платформой для создания единой платформы онлайн-торговли в России станет современная логистическая система, которую «Почта России» планирует создать в ближайшие два-три года. Сейчас у «Почты России» два крупных логистических центра — в Москве возле аэропорта Внуково и в аэропорту Казани. Осенью планируется строительство второй очереди сортировочного центра во Внуково. «Нам необходимо подтверждать роль Почты как национального логистического оператора, — считает Николай Подгузов. — Для этого нам нужно развивать сеть логистических почтовых центров. Да, у нас есть современные мощности — это и Внуково, и Казань, которую мы открыли в начале 2018 года, но нам необходимо увеличивать мощности». Поэтому компания сейчас реализует программу создания логистических центров в Хабаровске, Новосибирске, Екатеринбурге, Ростове-на-Дону, Санкт-Петербурге и еще в ряде городов-миллионников и пятистотысячников. Планируется построить 40 распределительных центров по всей стране, которые будут работать как для компании, так и для онлайн-торговли. Партнером проекта выступит группа ВТБ, которая намерена инвестировать в проект около 30 млрд руб. ■