

ПЕТЕРБУРГ В АВАНГАРДЕ E-COMMERCE

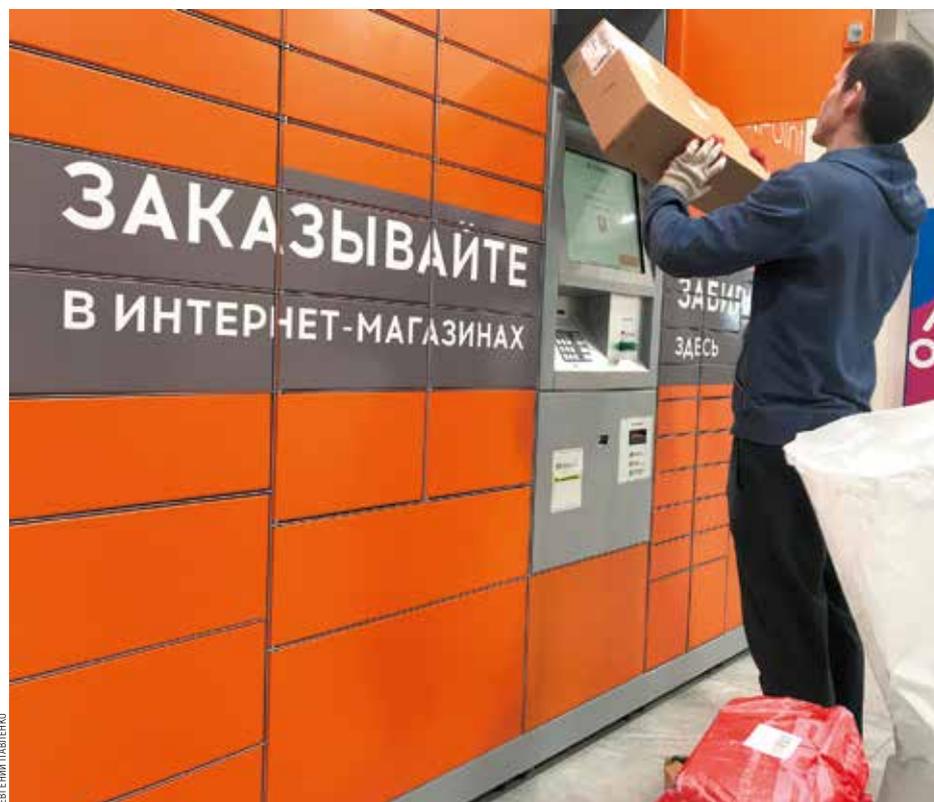
СЕВЕРНАЯ СТОЛИЦА СТАЛА ЛИДЕРОМ ПО ОБЪЕМУ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ В СТРУКТУРЕ РОЗНИЧНЫХ ПРОДАЖ, ХОТЯ В ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ, ОТНОСИТЕЛЬНО РОССИЙСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, ПРОДАЖИ ВЫРОСЛИ НЕНАМНОГО: МЕНЕЕ ЧЕМ НА 4%. ЭКСПЕРТЫ ОБЪЯСНИЛИ ЭТО СТАБИЛИЗАЦИЕЙ СПРОСА ПОСЛЕ АЖИОТАЖА ПЕРВОГО ПОЛУГОДИЯ 2022 ГОДА. НЕСТАНДАРТНЫМ ОКАЗАЛСЯ И ТОП ТОВАРОВ: ПЕТЕРБУРЖЦЫ ОТДАЛИ ПРЕДПОЧТЕНИЕ ГАСТРОНОМИЧЕСКИМ УДОВОЛЬСТВИЯМ, В ТО ВРЕМЯ КАК СТРАНА АКТИВНЕЕ ПОКУПАЛА БЫТОВУЮ ТЕХНИКУ И ЭЛЕКТРОНИКУ. ОЛЬГА ГОЛОВИНА

По данным ассоциации компаний интернет-торговли АКИТ, доля e-commerce в общем объеме розничных продаж Петербурга в первом полугодии 2023 года составила 15,5%. «Этот показатель один из самых высоких в стране: в среднем в большинстве российских городов на долю онлайн-покупок приходится 7–9% в общем объеме розницы», — комментирует президент АКИТ Артем Соколов. С января по июнь 2023 года петербуржцы потратили на покупки в интернете 170 млрд рублей, причем 166 млрд пришлось на российские e-commerce-площадки. Речь идет об онлайн-сервисах Wildberries, Ozon и «Яндекс.Маркет», «Авито», Citilink, DNS, «СберМаркет», Lamoda, «Самокат», «ВсеИнструменты.ру».

ОСОБЫЙ ПУТЬ В этот период Петербург держался особняком от общероссийских значений электронной розницы. «Рост объемов продаж, по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, составил 3,7%. Это относительно небольшие показатели (в целом по России +20%, при обороте электронной торговли в 2,7 трлн рублей), но стоит учитывать, что на этот период прошлого года пришелся практически ажиотажный спрос на ряд товарных категорий — с января по май 2022 объемы продаж в Петербурге в среднем увеличивались от 45 до 70% по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года. Затем этот спрос стабилизировался и сейчас возвращается к привычной динамике», — объяснил петербургскую «аномалию» господин Соколов.

Совокупный оборот электронной торговли в России с января по июнь 2023 года составил 2,7 трлн рублей. Как отмечают эксперты, Петербург традиционно входит в тройку лидеров по объему e-commerce (уступая только Москве и Московской области). Доля города в общем объеме российских онлайн-покупок — 6,2%. «На наш взгляд, эта тенденция продолжится и во втором полугодии с сохранением позиции Петербурга в рейтинге активных городов и с традиционной для региона динамикой роста в 20–25%», — говорит президент АКИТ.

Схожими наблюдениями делится директор службы доставки Dalli Денис Смелов: «Петербург остается одним из ключевых драйверов российского e-commerce, одним из самых привлекательных и быстрорастущих регионов с точки зрения темпов разви-



ПРЕДПОЧТЕНИЯ ЖИТЕЛЕЙ ПЕТЕРБУРГА В ОНЛАЙН-ТОРГОВЛЕ ВСЕГДА ОТЛИЧАЮТСЯ ОТ ОБЩЕРОССИЙСКИХ, ПРИЧЕМ МЕНЯЮТСЯ КАЖДЫЕ ПОЛГОДА

тия, плотного присутствия различных брендов, в том числе и локальных, емкости аудитории и ее потребностей, наличия развитой складской и дорожной инфраструктуры». По наблюдениям эксперта, Петербургу свойственны общие тенденции, характерные для российской онлайн-торговли, где с начала 2023 года наблюдался спад в объемах онлайн-продаж (примерно на 25%, по данным исследования банка «Русский стандарт»), а часть онлайн-трафика вернулась в офлайн. При этом в Петербурге вырос средний чек покупки (5,5–6 тыс. рублей). «Петербург продолжает удерживать первые позиции по росту объемов покупательских затрат на маркетплейсах: рост в первом полугодии составил около 24%», — подчеркивает он.

По данным сервиса «Яндекс.Маркет», товарооборот интернет-площадки за счет покупателей из Петербурга и Ленобласти во втором квартале 2023 года вырос в полтора раза относительно того же периода прошлого года (данные в денежном выражении в компании предпочли не указывать). «Выросло почти в два раза количество местных бизнесов, которые торгуют на площадке. Сегодня более 10 тыс. предпринимателей из региона продает товары через „Яндекс.Маркет“», — сообщили представители компании.

ЯРКИЕ СОБЫТИЯ Прежде всего таковые связаны с развитием инфраструктуры для интернет-торговли. При этом активнее всего события полугодия разворачивались в Шушарах. Так, интернет-гипермаркет Ozon открыл фулфилмент-центр на 40 тыс. кв. м за 1,4 млрд рублей на территории индустриально-

го парка «PNK парк Шушары — 3». В том же месте крупнейший российский онлайн-гипермаркет товаров для дома, стройки и ремонта «ВсеИнструменты.ру» за 4 млрд рублей обзавелся распределительным центром на 18 тыс. кв. м. В логистическом парке «Армада Парк Шушары» ввели в эксплуатацию складской комплекс на 107,115 тыс. кв. м для компании «Сберлогистика».

Ozon в первом полугодии заключил одну из самых крупных сделок на логистическом рынке Петербурга: речь идет о строительстве с последующей арендой складского комплекса на 104 тыс. кв. м на территории индустриального парка «PNK парк Колпино» на юго-востоке Петербурга.

Было место и экспериментам. Так, в мае крупнейший в России сервис частных объявлений «Авито» начал тестировать доставку крупногабаритных товаров вместе с «Яндекс.Доставкой» в двух пилотных городах — Петербурге и Москве. В августе в «Авито», уже вместе с «Почтой России», запустили возможность оплачивать заказы при получении. К началу 2023 года количество пунктов выдачи заказов интернет-сервиса в Петербурге увеличилось более чем на тысячу точек (+55% к началу 2022 года).

Без скандалов тоже не обошлось. Так, в марте некоторые пункты выдачи заказов Wildberries в Петербурге закрылись на забастовку. Недовольство сотрудников точек вызвала штрафная политика интернет-гиганта, когда из заработной платы стали удерживать стоимость возвращенного брака или товаров, подмененных нечистыми на руку покупателями.

ХОЛОДИЛЬНИК ПОБЕДИЛ ТЕЛЕВИЗОР Из общей потребительской картины Петербург выделится и предпочтениями. По данным экспертов АКИТ, петербургский топ-5 товаров, приобретаемых в интернете в первом полугодии 2023 года, выглядел так: первое место заняли продукты питания — их купили на 32,7 млрд рублей (19,1% в общем объеме интернет-продаж), цифровая и бытовая техника — 30,8 млрд (18,1%), мебель и товары для дома — 29,3 млрд (17,2%) одежда и обувь — 22,4 млрд (13,0%), красота и здоровье — 11,4 млрд (6,7%).

«Предпочтения жителей Петербурга всегда отличаются от общероссийских, причем меняются с завидным постоянством каждые полгода. Во втором полугодии 2022 года рейтинг распределялся так: товары для домашнего уюта (категория «Мебель и товары для дома») опередили, хотя и ненамного, самую популярную в стране категорию «Цифровая и бытовая техника» (20,8 и 20,7% соответственно в общем объеме продаж в интернете). Далее следовали продукты питания (16,1%), затем — одежда и обувь (12,4%), товары для красоты и здоровья (6,3%). Причем последняя категория заняла пятое место только осенью прошлого года: в первом полугодии 2022 года петербуржцы охотнее вкладывались в автомобили (автозапчасти и автоаксессуары), чем в свою внешность», — поделился наблюдениями Артем Соколов.

Интерес петербуржцев к онлайн-разнообразию хлеба насущного конкретизировали профильные ритейлеры. Например, в X5 Retail Group, которая развивает цифровые сервисы e-commerce (Vprok.ru, «Пятерочка Доставка», 5Post, «Много лосося», Food.ru), сообщили, что чаще через сервис «Пятерочка Доставка» петербуржцы покупали картофель, яйцо куриное собственной марки «Красная цена», сахарный песок и бананы. «В целом это совпадает с общероссийской статистикой, однако по России в топе также репчатый лук», — говорят в компании. В экспресс-доставке «Перекрестка» петербуржцы в первые полгода 2023 года чаще покупали репчатый лук, говядину, свинину. При этом молоко и яйца — лидеры 2022-го — опустились в рейтинге.

По данным X5 Group, растет число активных пользователей цифровых сервисов: в первом полугодии 2023 года ими пользовались 21,4 млн человек (+33,4% год к году). При этом доля онлайн в розничной выручке холдинга в первом полугодии 2023 года составила 3,3%, а общая стоимость товаров, приобретенных через онлайн-сервисы компании с января по июнь, достигла 61 млрд рублей. Выручка цифровых бизнесов компании выросла почти на 84%.

«Петербургская доля» в канале e-commerce оптового ритейлера Metro доходит до 10%. Как сообщил директор по электронной коммерции Metro Денис Марфутин, с начала 2023 года онлайн-продажи выросли на 25%. «Думаю, что темпы роста во втором полугодии сохранятся, по прогнозам, они составят 20–30%», — говорит господин Марфутин. По его словам, у жителей города наиболее востребованы товары категории fresh: мясо, птица, рыба, заморозка и выпечка. ■

КАТЕГОРИИ ТОВАРОВ	МЛРД РУБ.	ДОЛЯ В ПРОДАЖАХ (%)
ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ	32,7	19,1
ЦИФРОВАЯ И БЫТОВАЯ ТЕХНИКА	30,8	18,1
МЕБЕЛЬ И ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА	29,3	17,2
ОДЕЖДА И ОБУВЬ	22,4	13
КРАСОТА И ЗДОРОВЬЕ	11,4	6,7
ТОВАРЫ ДЛЯ ДЕТЕЙ	6,6	3,86
АВТОЗАПЧАСТИ И АВТОАКСЕССУАРЫ	6,33	3,72
СПОРТТОВАРЫ	4,16	2,44
ИНСТРУМЕНТЫ	4,11	2,41

ИСТОЧНИК: АКИТ