

Доставка в пункты выдачи заказов и постаматы



Май 2021

DA
TA
insight

генеральный партнер

 boxberry

СЛЕДИТЬ ЗА НАШИМИ ИССЛЕДОВАНИЯМИ МОЖНО РАЗНЫМИ СПОСОБАМИ:



logistics.datainsight.ru

Исследования рынка логистики для интернет-магазинов
и база логистических компаний



t.me/DataInsight

Свежие новости онлайн-рекламы и электронной торговли



datainsight.ru/dinews

Бесплатная рассылка новостей электронной торговли.
Выходит каждую неделю. Чтобы подписаться, заполните форму на сайте.

Присоединяйтесь к нам!

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР



ПАРТНЕРЫ



СОДЕРЖАНИЕ

НАБЛЮДАТЕЛЬНЫЙ СОВЕТ ИССЛЕДОВАНИЙ ПО ЛОГИСТИКЕ КОМПАНИИ DATA INSIGHT	5
ВСТУПЛЕНИЕ	7
1. ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ	9
2. ДОСТАВКА В ПВЗ И ПОСТАМАТЫ: ОПИСАНИЕ СЕГМЕНТА	15
Определения	16
Процесс доставки и взаимодействие между участниками	17
Основные игроки	18
Объемы доставки	23
Магазины и покупатели	25
3. ТРЕНДЫ И СДЕРЖИВАЮЩИЕ ФАКТОРЫ	28
Ключевые тренды	29
Ограничения и сдерживающие факторы	33
4. СЕТЬ ПВЗ И ПОСТАМАТОВ В РОССИИ	40
5. ОПИСАНИЕ КРУПНЕЙШИХ ИГРОКОВ И УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА	46
ПАРТНЕРЫ ИССЛЕДОВАНИЯ	56
АНАЛИТИЧЕСКОЕ АГЕНТСТВО DATA INSIGHT	58

НАБЛЮДАТЕЛЬНЫЙ СОВЕТ ИССЛЕДОВАНИЙ ПО ЛОГИСТИКЕ КОМПАНИИ DATA INSIGHT



Федор Вирин
партнер Data Insight

Исследования, которые мы делаем, — бесплатные и публичные. Они, безусловно, меняют рынок. Собственно, они для того и нужны — не просто описывать рынок, но развивать его, делать больше и лучше. Рынок логистики для интернет-магазинов для нас один из приоритетных. Именно логистика и составляет суть интернет-торговли, так что даже слова, что логистика — кровь электронной коммерции, не звучат слишком пафосно. Так и есть.

У нас регулярно выходят исследования по этому рынку (список вы найдете в конце), так что мы попросили нескольких безусловных экспертов в этой области стать нашими оппонентами и помощниками в создании исследования. Это и есть наш Наблюдательный совет. Люди, которые с нами спорят и соглашаются, никогда не стесняются нас критиковать (и всегда по делу), часто подсказывают новые и интересные направления. Люди, которые первыми скажут, что мы сделали хорошо и что мы сделали плохо. Именно это и есть наш Наблюдательный совет — не просто люди, мнение которых мы очень ценим, но люди, которых мы попросили быть нашими критиками.



Владислав Бакальчук
сооснователь Wildberries

Wildberries — крупнейший онлайн-ритейлер России, работающий на рынке 16 лет. География присутствия компании охватывает восемь стран: Россия, Польша, Словакия, Беларусь, Казахстан и другие. Оборот Wildberries в 2019 году вырос на 88% и достиг 223,5 млрд руб., за 9 месяцев 2020 г. — на 104%, до 285,6 млрд руб. По данным на сентябрь 2020 г., ежедневно на Wildberries оформляется более 1 млн заказов. Компания насчитывает свыше 30 тыс. постаматов, точек выдачи заказов, как собственных, так и партнерских. Ассортимент Wildberries включает около 5 млн SKU товаров от более чем 70 000 российских и зарубежных брендов: одежда и обувь, аксессуары, бьюти-товары, детские товары, техника и электроника, товары для дома, ювелирные украшения, продукты питания, книги, цифровые товары и многое другое. Около 50% товаров произведены в России. Компания занимает 1-е место в рейтинге Forbes «10 главных продавцов Рунета». Четыре года подряд Wildberries является крупнейшим интернет-магазином России по объему онлайн-продаж согласно данным аналитического агентства Data Insight. Wildberries входит в десятку интернет-ресурсов России по посещаемости, по данным SimilarWeb.



Леонид Гольдорт
генеральный директор СДЭК

СДЭК — международная курьерская компания с представительствами в 21 стране. С 2000 года открыто более 2800 подразделений в СНГ, Европе, Азии и Америке.

Оказывает услуги доставки документов и грузов для интернет-магазинов, частных и юридических лиц. До 280 000 посылок в день и миллионы в год. Разрабатывает специальные сервисы для удобства клиентов: возможность примерки, бесплатная интеграция, уведомления в мессенджерах.

Занимает лидирующие позиции в рейтинге франшиз Forbes.ru и Veboss.ru.



Надежда Романова
CEO PickPoint

PickPoint — провайдер логистических услуг полного цикла для доставки онлайн-заказов. На ноябрь 2020 последняя миля PickPoint включала в себя 10 700 постаматов и ПВЗ, общей емкостью 300 000 заказов в сутки. Пользовательская база PickPoint насчитывает 13 млн человек. К сети PickPoint подключено более 10 тысяч онлайн-ритейлеров. PickPoint — пионер российского рынка постаматов, в 2010 году установивший первый в стране терминал. Установивший первый в стране терминал.



Алексей Скатин
первый заместитель генерального
директора по электронной
коммерции Почта России

АО «Почта России» — крупнейший федеральный почтовый и логистический оператор страны, входит в перечень стратегических предприятий Российской Федерации.

Включает в себя 42 тысячи отделений по всей стране. В 2019 году Почта России доставила 436,5 млн посылок. Ежегодный объем транзакций, которые проходят через Почту России, составляет около 3,2 триллиона рублей.

Почта России развивает собственную складскую инфраструктуру, логистические центры, на базе которых оказываются услуги фулфилмента. Они включают кросс-докинг и сервис для мерчантов и маркетплейсов на одной площадке. Также в регионах компания оказывает услуги по микрофулфилменту на небольших складских площадях.

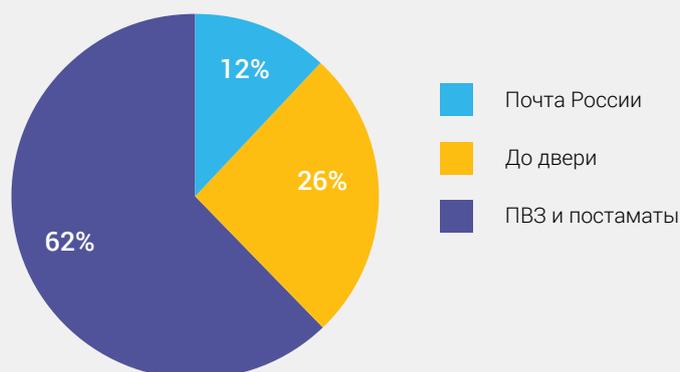


Наталья Крупенина
ведущий аналитик
направления «Логистика»

ВСТУПЛЕНИЕ

Развитие сетей пунктов выдачи заказов и постаматов — один из самых интересных сегментов логистики для электронной торговли. В 2016 году таким способом доставляли около 20% заказов, а в 2019 он стал основным каналом доставки интернет-покупок. В конце 2019 года доля ПВЗ и постаматов составляла 62%, а у некоторых площадок доходила до 90%.

Рисунок 1. Доли основных каналов доставки заказов из интернет-магазинов, 2019



Для пользователей привлекательна в первую очередь более низкая стоимость такой доставки, однако у нее есть и другие плюсы. Сейчас крупнейшие сети могут обеспечить и достаточно близкое расположение, и подходящий график работы, так что покупатели отмечают, что забрать посылку самостоятельно удобнее, чем договариваться с курьером и ждать, особенно при отсутствии узких интервалов доставки.

Качество доставки самовывозом зависит от сети физических объектов — самих пунктов выдачи и постаматов. Поэтому важнейшие игроки в этом сегменте — те, кто располагает большим количеством точек:

- логистические операторы: используют собственные и партнерские пункты выдачи и постаматы,
- маркетплейсы и интернет-магазины: располагают собственными сетями и используют сети логистических операторов,
- аптеки: используют оффлайн-аптеки для выдачи заказов из интернет-аптек,
- владельцы сетевых помещений: в первую очередь магазинов, а также салонов связи, банковских отделений, на базе которых создаются точки выдачи нового типа,
- Почта России.

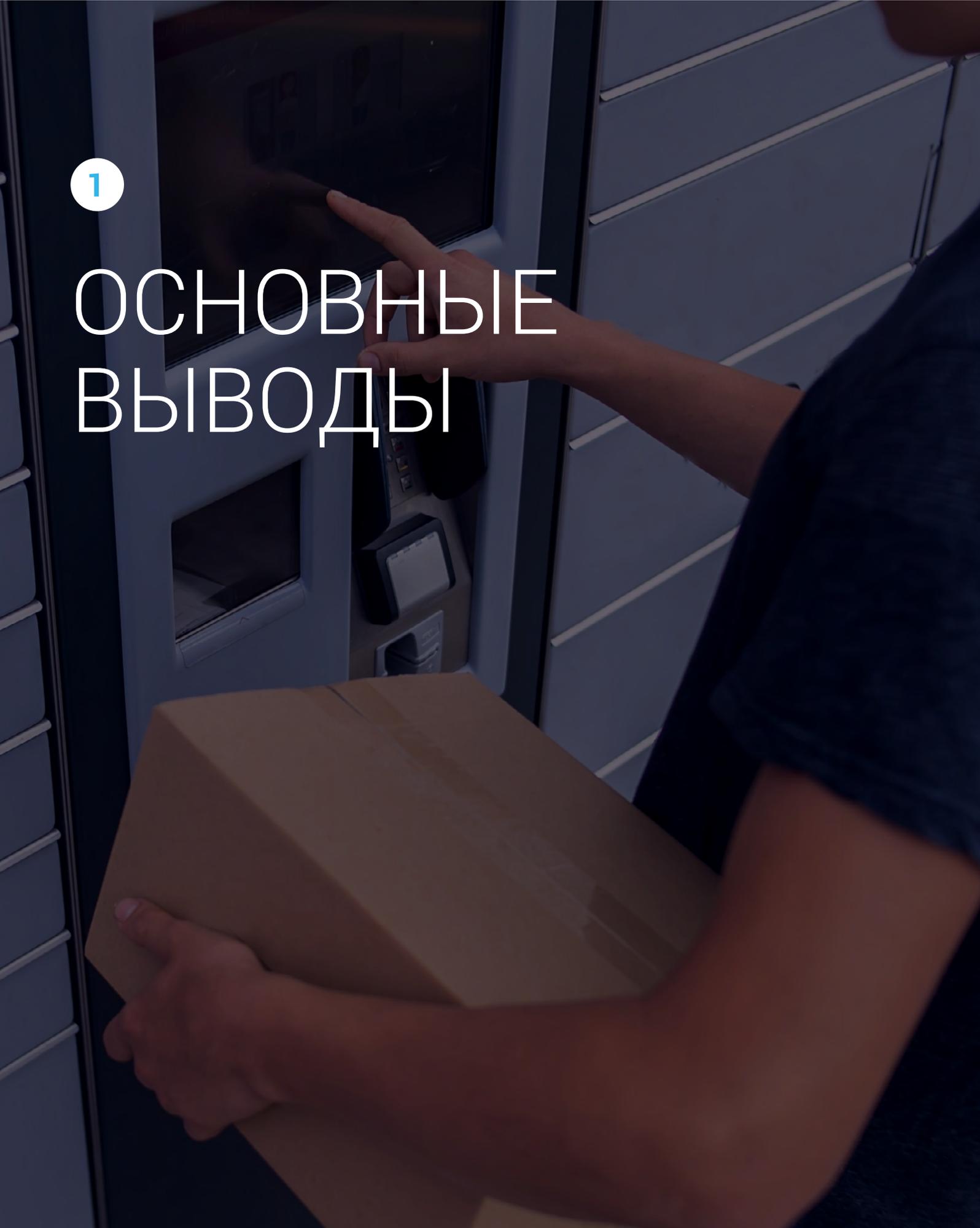
В последние несколько лет все крупные игроки активно развивали свои сети: увеличивали количество точек, совершенствовали логистические процессы, меняли требования и модифицировали сами точки, заключали договоры с другими владельцами помещений. Компании могли открывать несколько десятков новых объектов — ПВЗ и постаматов — в неделю. И теперь многие игроки располагают тысячами пунктов.

Это исследование посвящено самому популярному каналу доставки. На основе данных от логистических компаний и интернет-магазинов мы оценили количество заказов, полученных через ПВЗ и постаматы. Многочисленные интервью с экспертами позволили нам описать важные модели работы, сформулировать ключевые тренды и основные ограничения этого сегмента логистики. Важной частью исследования стал подробный анализ собранной Data Insight базы адресов ПВЗ и постаматов 25 компаний.

Мы благодарим всех спонсоров и специалистов компаний, поделившихся с нами экспертизой: 5Post, Boxberry, DPD, IML, «Обувь России», Ozon, PickPoint, СДЭК, Wildberries, Яндекс. Без них исследование было бы невозможным.

1

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

A person in a dark blue uniform is shown from the side, holding a large cardboard box with their left hand and pointing with their right index finger at a screen on a parcel locker. The locker is light blue with multiple compartments. The background is dark and out of focus.



ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

ПВЗ и постаматы — основной канал доставки покупок из интернет-магазинов.

В 2019 году доля этого канала достигла 62%, при этом среди доставок, которые выполняли собственные службы интернет-магазинов, доля ПВЗ и постаматов была еще выше — 88%.

По оценке Data Insight, в первой половине 2020 покупатели получили самостоятельно (в ПВЗ, постаматах и оффлайн-магазинах) 265 млн заказов — 68% от всех посылок. У лидера рынка, Wildberries, доля заказов, доставленных через ПВЗ и постаматы, составляет 90%.

Для магазинов возможность забрать товары самовывозом — это стандарт, как и курьерская доставка до двери.

Получить заказ хотя бы одним из способов — в собственном магазине, партнерском пункте выдачи или постамаате можно в 94 из 100 крупнейших магазинов и 90% остальных.

С сетями ПВЗ и постаматов сотрудничают 58% крупнейших магазинов и 57% остальных. Доставку и в ПВЗ, и в постаматы предлагают 31% крупнейших магазинов и 20% остальных. Остальная часть самовывоза приходится на собственные оффлайн-магазины и пункты выдачи. Чаще всего этой моделью пользуются аптеки и магазины техники, которые располагают большим количеством оффлайн-точек.



265 МЛН ЗАКАЗОВ В 1-Й ПОЛОВИНЕ 2020 Г. БЫЛО ПОЛУЧЕНО ЧЕРЕЗ ПВЗ И ПОСТАМАТЫ

68%

ОТ ВСЕХ ПОСЫЛОК В 1-Й ПОЛОВИНЕ 2020 Г. ПОКУПАТЕЛИ ПОЛУЧИЛИ В ТОЧКАХ ВЫДАЧИ



БОЛЕЕ 50 ТЫСЯЧ — ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО РАЗНЫХ ТОЧЕК ВЫДАЧИ В РОССИИ

92%

ТОЧЕК ВЫДАЧИ МАГАЗИНОВ И ЛОГИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ РАСПОЛОЖЕНО В ГОРОДАХ

На рынке присутствует несколько типов сетей ПВЗ и постаматов:

- «Классические» ПВЗ в виде отдельных специализированных помещений. Крупнейшие из них развивают логистические операторы, маркетплейсы и магазины.
- ПВЗ на базе магазинов. Они используют инфраструктуру магазина для хранения заказов, а выдают их либо на кассе, либо в специально оборудованном месте.
- ПВЗ на базе различных сетевых организаций — например, сети салонов связи или отделения Сбербанка.
- Аптечные сети. Продажа многих лекарственных средств невозможна дистанционно, поэтому для большинства онлайн-аптек основная схема работы подразумевает самовывоз из аптечного пункта.

Большая часть сетей логистических компаний неоднородна, то есть состоит из собственных и партнерских точек, пункты могут принадлежать компании или открываться по франшизе.

По суммарному количеству точек, в которых покупатели могут забрать заказы, лидирует Wildberries: более 20 тысяч ПВЗ и постаматов и 7300 отделений Почты России. Другие крупные сети принадлежат Озону (более 12 тысяч), аптечной сети АСНА (более 11 тысяч), 5Post и PickPoint (около 11 тысяч). Почта России располагает более чем 42 тысячами отделений. Общее количество аптечных пунктов 30 крупнейших сетей, согласно данным DMS Group, — около 37 тысяч.

По оценке Data Insight, **общее количество физически разных, то есть имеющих различные адреса, точек выдачи у 25 компаний, вошедших в исследование, — более 50 тысяч.** 38% — это классические ПВЗ, 33% — постаматы, 27% приходится на магазины (это могут быть как специально организованные ПВЗ, так и выдача на кассе).

Абсолютное большинство всех точек выдачи магазинов и логистических компаний (92%) расположено в городах.

Распределение отделений Почты России существенно отличается. Только около 27% почтовых отделений расположены в городах, остальные — в сельской местности и населенных пунктах других типов.

Пункты выдачи неравномерно распределены по федеральным округам. 38% всех точек приходится на Центральный федеральный округ, а 78% расположены в одном из четырех округов: Центральном, Приволжском, Северо-Западном или Южном. На Дальний Восток и Северный Кавказ приходится всего по 2% объектов.

Больше всего ПВЗ на человека приходится в подмосковных городах со сравнительно небольшим (до 200 000 человек) населением. Среди городов с населением от 200 тысяч больше всего пунктов на 10 тысяч человек в Орле и Подольске (7,7 и 7,2 соответственно), среди городов с населением от 500 тысяч — в Краснодаре (6,6), а среди миллионников лидирует Самара (6,6). **В среднем по 100 городам с наибольшим количеством пунктов на каждые 10 тысяч человек приходится 5,4 пункта выдачи.**



Надежная доставка для интернет-магазинов



**Единая служба доставки для интернет-магазинов:
в отделения, курьером, в отделения Почты России**



**Отправка заказов в день подключения.
Просто зарегистрируйтесь на сайте boxberry.ru.**



**Широкая география: все регионы России,
Казахстан, Беларусь, Киргизия.**



**Оперативное перечисление денежных средств:
ежедневно, еженедельно, подекадно.**



**Удобный личный кабинет и API-сервисы.
Бесплатные модули для популярных CMS.**

Простое подключение в личном кабинете на сайте boxberry.ru



ПУНКТЫ ВЫДАЧИ ЗАКАЗОВ — ЭТО РЕАЛЬНАЯ ПОДДЕРЖКА ДЛЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

Интервью с Вадимом Ибрагимовым, директором Boxberry



Прошлый год стал непростым для всего российского бизнеса и весьма перспективным для рынка логистики. С одной стороны, самоизоляция обеспечила большой разгон сегменту курьерской доставки: весной объем заказов, доставляемых на дом, вырос в 2 раза. Однако самовывоз сдал позиции очень ненадолго, и как только меры смягчили, клиенты потянулись за заказами в отделения. Вадим Ибрагимов, директор службы доставки Boxberry, рассказал, как меняются сами пункты выдачи и какие перспективы у рынка самовывоза.

— Вадим, расскажите, что сейчас представляет собой стандартный пункт выдачи? Как изменились ПВЗ в этом году?

— За последние годы пункты выдачи значительно эволюционировали. Если сравнивать современные точки с теми, что открывались десять лет назад, то разница просто огромная. Тогда основными преимуществами пунктов было отсутствие очередей, быстрая выдача и выгодное расположение (центральные районы, крупные транспортные развязки поблизости).

Сейчас сети настолько выросли, что в крупных и средних городах у потребителя в шаговой доступности богатый выбор различных пунктов выдачи. Растущая конкуренция ускоряет развитие сервиса. Все больше открывается отделений с примерочными (к примеру, сейчас в 72% отделений Boxberry можно примерить одежду или обувь, в то время как еще пару лет назад доля пунктов с примерочными составляла всего около 5%). В меньшинстве остаются точки, принимающие оплату только наличными (у Boxberry эквайринг подключен в 88% отделений).

Отделения стали многофункциональными: помимо выдачи, они осуществляют прием посылок от частных лиц, отправлений с площадок-классифайдов, в них интернет-магазины могут передавать на доставку небольшие партии заказов. Это развивает точку и помогает ей больше зарабатывать. Наш опыт показывает, что большинство отделений подключает услугу приема для наращивания объемов грузов: более 3800 пунктов Boxberry принимают заказы от интернет-магазинов, почти 3600 — частные посылки.

Сервис приема очень востребован малым бизнесом. Он позволяет небольшим интернет-магазинам экономить время и сокращать транспортные расходы на этапе передачи заказов логистическому партнеру.

Пандемия тоже внесла свои коррективы. В условиях изоляции, когда многие пункты выдачи оказались заблокированы в закрытых торговых центрах, когда люди не могли или не хотели выходить из дома появились гибридные способы доставки. Один из них — это пешая курьерская доставка из пункта выдачи. Сюда же можно отнести мобильные пункты выдачи, которые были организованы в маленьких городах. Эти способы позволили нам обеспечить непрерывность логистической цепочки весной. В обычных условиях такая доставка не слишком востребована, но схема отработана и может быть применена в любой момент при возникновении необходимости.

Еще один относительно новый способ — это партнерство со службами такси. В этом году Vohberry начала сотрудничество с Gett и Яндекс.Такси: при необходимости получатели могут заказать доставку из пункта выдачи до двери, передав таксисту информацию о своей посылке. Для такого способа есть ряд ограничений, однако мы видим, что в мегаполисах он востребован.

Это говорит о том, что самовывоз становится более гибким и легко трансформируется под запросы получателей и отвечает на вызовы внешней среды.

— Как меняются требования клиентов к пунктам выдачи?

— У потребителя растет выбор, и как следствие, он становится более разборчивым. Мы уже приучили его к тому, что оператор в отделении будет вежливым, в очереди стоять не придется, а отделение близко и работает по удобному графику. Сейчас все это не преимущество, а необходимый минимум, если пункт выдачи хочет задержаться на рынке.

В последние годы мы видим, что одно из главных требований клиентов — это скорость обслуживания. От нас ждут постоянного ускорения, максимального перевода услуг в онлайн, а также упрощения всех процессов. Пункт выдачи в этой схеме остается начальной и конечной точкой контакта с клиентом, но мы понимаем, что потребитель хочет потратить на этот контакт как можно меньше времени.

Мы дробим процессы, чтобы максимально исключить лишние звенья в логистической цепочке. Постоянно сокращаем сроки: в прошлом году ускорились на 199 направлениях. Развиваем онлайн-сервисы: у Vohberry появился новый сайт, более быстрый и функциональный, чем прежняя версия. Выпустили мобильное приложение, которое позволяет пользователю легко управлять посылками.

Всю «бумажную работу» мы увели в онлайн как для частных лиц, так и для интернет-магазинов. Пункту выдачи остается обеспечить вежливость сотрудников и следовать инструкциям, чтобы быстро оказать услугу приема или выдачи. Именно этого от нас и ждут клиенты.

— Какие тренды на рынке самовывоза развиваются в этом году?

— На мой взгляд, самовывоз становится сейчас не только звеном в логистике, но и приобретает социально значимую функцию. По крайней мере, часть бизнес-моделей, которые используются для открытия пунктов выдачи.

В Vohberry давно сформулировали миссию собственной модели: мы помогаем малому и среднему бизнесу в регионах. Дополняя их существующее дело услугой пункта выдачи, Vohberry помогает предпринимателям выживать и развиваться, обучает и развивает их сотрудников, показывает новые пути заработка и приводит новых клиентов, мотивирует улучшать клиентский сервис. И от партнера не требуется оплаты взносов за использование бренда.

Сейчас это стало иметь огромное значение: по данным аналитической службы международной аудиторско-консалтинговой сети FinExpertiza, в прошлом году закрылась каждая шестая компания в стране. Многие просто не пережили период карантина и падения спроса. Для тех, кто еще держится на плаву, открытие отделения Vohberry может стать хорошей поддержкой и способом сохранить свой бизнес.

Для интернет-магазинов пункт выдачи становится «единым окном» для решения логистических проблем: предприниматель может сдавать все заказы на доставку рядом с домом или офисом и получить все виды сервиса (и курьерскую доставку, и отправку почтой при необходимости). И при этом работать без посредников, напрямую с логистами. Это удобно.

На мой взгляд, эти два тренда обеспечат устойчивый рост самовывоза в следующие несколько лет. При этом актуальными остаются и доступность этого вида доставки (как территориальная, так и ценовая), и его удобство.

2

Доставка в ПВЗ и постаматы: описание сегмента



ОПРЕДЕЛЕНИЯ

Самовывоз — тип доставки, при котором покупатель сам забирает заказ из любой точки: пункта выдачи заказов, постамата, оффлайн-магазина, шоурума, склада. Понятие «самовывоз» шире, чем доставка в ПВЗ и постаматы.

Классический ПВЗ — отдельное помещение, специально оборудованное для выдачи заказов из интернет-магазинов. ПВЗ может использоваться одним оператором или магазином эксклюзивно («уникальный» ПВЗ) или сразу несколькими компаниями.

Ритейл-ПВЗ — пункт выдачи заказов, расположенный в помещении магазина и использующий его инфраструктуру.

Постамат — автоматизированный терминал для выдачи заказов. Постаматы могут быть расположены также в ПВЗ или рядом с ними.

Сеть ПВЗ — некоторое количество ПВЗ или постаматов (от нескольких десятков до десятков тысяч), доставку в которые компания может предлагать своим клиентам (логистическим службам, магазинам или конечным покупателям). Сеть ПВЗ может включать в себя совершенно разные пункты, взаимодействие с которыми осуществляется по разным бизнес-моделям: собственные объекты, аренда, франшиза.

Уникальный ПВЗ — в рамках этого исследования так называется пункт выдачи, доставку в который предлагает только один оператор (он может быть как собственным или арендованным, так и открытым по франшизе).

Рисунок 2. Общая схема устройства сети пунктов выдачи





ПРОЦЕСС ДОСТАВКИ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ МЕЖДУ УЧАСТНИКАМИ

Процесс совершения заказа в интернет-магазине с доставкой в ПВЗ и постаматы подразумевает несколько основных ролей:

- покупатели,
- площадки (интернет-магазины, маркетплейсы, интернет-аптеки), на которых покупатели делают заказы,
- логистические системы (собственная логистика магазинов, логистические компании, Почта России), которые осуществляют доставку заказа от склада магазина или производителя до пункта выдачи,
- объекты физической инфраструктуры (специализированные пункты выдачи, постаматы, аптеки, магазины, отделения банков или почты и прочие), где покупатели могут забрать свой заказ.

Взаимодействие между всеми участниками выглядит следующим образом:

- 1) покупатель совершает заказ на сайте магазина. Он выбирает наиболее удобный для него пункт выдачи и оформляет доставку туда.
- 2) логистическая служба магазина (собственная или партнерская) доставляет заказ в выбранный пункт. Он может храниться там несколько дней.
- 3) покупатель получает уведомление о доставке заказа в пункт выдачи. Чтобы получить его, он должен прийти туда в течение срока хранения заказа.

Помимо этого, существует модель доставки, в которой пункты выдачи выполняют роль промежуточного этапа. Сначала осуществляется доставка в пункт выдачи, а потом, в удобный для покупателя узкий временной интервал, курьер доставляет заказ до двери.

Рисунок 3. Общая схема взаимодействия между разными участниками доставки заказа в пункт выдачи





ОСНОВНЫЕ ИГРОКИ

Можно выделить несколько типов компаний, активных в сегменте доставки самовывозом.

Сети логистических операторов, магазинов и маркетплейсов

Сети логистических компаний и интернет-магазинов, как правило, неоднородны. Они состоят из собственных и партнерских точек, причем собственные пункты могут как принадлежать компании напрямую, так и открываться по франшизе.

Одна из крупнейших сетей постаматов и ПВЗ принадлежит компании PickPoint. Она насчитывает более 10 700 точек выдачи, 5300 из которых – собственные постаматы, 2400 – агентские постаматы, 3000 – агентские пункты выдачи. У компании DPD более 4000 тысяч точек, большая часть – партнерские, а у CDEK – более 2500, только свои.

Wildberries до осени 2020 года использовала только свои пункты выдачи – 6800 точек. Однако в 2020 модель работы изменилась. Теперь Wildberries развивает партнерскую сеть, в которой собственные точки составляют менее трети от всех пунктов выдачи (и это без учета 7300 почтовых отделений, в которые тоже стала возможна доставка).

Собственные ПВЗ дают компании возможность полного управления. Такие ПВЗ можно брендировать, устанавливать дополнительное оборудование (в том числе не связанное непосредственно с логистикой, например вендинговые автоматы), подключать различные услуги. Партнерские ПВЗ позволяют быстро и со сравнительно небольшими вложениями получить широкий географический охват. На рынке присутствуют и компании, развивающие исключительно собственные сети ПВЗ и постаматов, и те, которые используют смешанную модель, и те, кто не развивает или минимально развивает собственную сеть, однако за счет подключений к партнерам может предложить доставку в тысячи пунктов.

Рисунок 4. Примеры устройства сетей ПВЗ и постаматов



Рисунок 5. Примеры устройства сетей ПВЗ и постаматов у маркетплейсов





По итогам 2020 года у нас было больше 5,5 тыс. брендированных ПВЗ, 80% из которых успешно управляются партнерами-предпринимателями по модели франшизы. С визуальной и сервисной точек зрения партнёрская сеть ПВЗ Ozon ничем не уступает и не отличается от собственной. Поэтому для клиента по большому счету ничего не меняется — он продолжит получать заказы в качественных пунктах и вовремя. Как показала практика, развитие партнерских ПВЗ эффективнее для всех участников процесса. Для нас, как для бизнеса, франшизная модель позволяет быстрее развиваться и обеспечивает максимальное покрытие. Для наших партнеров это возможность стабильного дохода в сотрудничестве с известным брендом и шанс попробовать себя предпринимателем. Что важно, на старте и в дальнейшем партнер не платит никаких роялти или паушальных взносов. Наоборот, мы даем максимальный пакет возможностей — финансовую поддержку, двойное вознаграждение первые 90 дней, бесплатные бренд-материалы, в том числе фасадную вывеску. Помимо этого, мы даем много возможностей для дополнительного заработка — например можно подключить постаматы в своей охранной зоне и получать 2,5% от оборота терминала сверх основного вознаграждения, или начать принимать заказы сторонних логистических операторов и получать за это также дополнительное фиксированное вознаграждение. К тому же мы поощряем сотрудничество наших партнеров с другими логистическими операторами, но без нарушения наших брендинговых стандартов. И, как мы отмечаем, наш подход очень хорошо работают — каждую неделю мы открываем больше сотни агентских пунктов.

Станислав Кондратьев

директор по логистике и клиентскому сервису Ozon

Собственные пункты магазинов и маркетплейсов также используют разные модели — например, в пунктах выдачи Wildberries нельзя получить посылку от другой компании. У Ozon есть два варианта сотрудничества с ПВЗ — «Максимум бренда» и «Точка роста». Они отличаются в первую

очередь требованиями к брендированию — насколько сильно должен быть представлен фирменный стиль Ozon в оформлении помещения. Выдача посылок от других компаний возможна в обоих случаях — но без использования стороннего брендинга.



Мы принципиально придерживаемся стратегии уникальных пунктов выдачи заказов СДЭК и не объединяемся с другими компаниями по доставке. Таким образом мы предоставляем нашим клиентам преимущество, которого нет у других. Когда компания подключает СДЭК, то автоматически увеличивает географию доставки и доступность для клиентов. Это в свою очередь помогает поднять продажи примерно на 30% — при условии качества товара. Приходят новые покупатели: те, для кого раньше не была удобна доставка, которую предоставлял магазин без СДЭК. А если бы мы предлагали пункты выдачи, совместные с другими компаниями, клиенты бы не получали никаких дополнительных выгод в плане привлечения новой аудитории. Поэтому мы продолжим развивать нашу сеть отдельно от других компаний. Так наши клиенты получают дополнительные географические точки выдачи, смогут быть ближе к покупателям — и продавать больше.

Сергей Егоров

директор по развитию СДЭК

Ритейл-ПВЗ — пункты выдачи в магазинах

В отличие от специализированных ПВЗ традиционного вида, основная или даже единственная деятельность которых — выдача заказов, существуют пункты на базе магазинов. Логистические компании давно сотрудничают с ритейлерами. Традиционно это сотрудничество предполагало аренду торговых площадей для установки постамата или открытия

своего ПВЗ. Однако более новая модель предполагает, что выдача заказов происходит прямо через магазин, силами его сотрудников. Подобная модель реализована, например, в магазинах «Связной» или группой компаний «Обувь России», которая активно развивает сеть ПВЗ на базе собственных магазинов (в том числе бренды Westfallika и Пешеход).

Крупнейший игрок в этом сегменте — компания 5Post, подразделение X5 Retail Group. Она обладает большой сетью магазинов (X5 принадлежит «Пятёрочка», а также «Перекрёсток» и «Карусель») и использует для доставки заказов собственную логистическую систему. В итоге 5Post располагает уникальными возможностями:

- попутная логистика для последней мили, то есть для доставки заказов используются те же машины, что и для доставки товаров в магазин. Благодаря этому не нужно ждать, пока накопится достаточно много заказов, можно отправлять их буквально по одному. Это особенно важно для небольших населенных пунктов и удаленных регионов.
- большое количество точек, причем удобно расположенных, хорошо заметных, с удобным входом и долгим временем работы.
- выдача товаров прямо на кассе магазина или через собственный постамат. Это решает проблему с заполнением постамата — если такое происходит, поток заказов можно перераспределить.
- комбинирование обычной работы кассира с работой по выдаче заказов и обслуживанием постамаатов.



Мы используем распределительные центры «Пятёрочки». Всего их больше 30, каждый работает в среднем с 600 магазинами. Для доставки у нас подключено 19 распределительных центров — это 11 000 точек в 2400 населенных пунктах. При подключении нового расчетного центра мы сразу же включаем и 600 магазинов, доступных для доставки.

Для последней мили используем попутную логистику. Это одно из ключевых наших отличий от логистических компаний — у нас нет курьерских маршрутов и мы независимы от популярности направления. Если нужно отвезти посылку в какую-нибудь деревню, мы можем сразу взять и повезти, нет необходимости ждать вторую или третью.

Во всех магазинах мы выдаем товары прямо с кассы и смотрим на трафик. Выдавать с кассы много посылок непроизводительно с точки зрения труда кассира, поэтому, когда заказов становится больше 10 в день, подключаем постаamat. Начиная с объема 30-50 посылок в день будем ставить специализированный ПВЗ. Пока у нас их 5 штук в стадии тестирования.

Выдача с кассы позволяет решить многие проблемы. Например, постаamat сломался, переполнен, много посылок с большими габаритами, которые не помещаются в ячейки. Во всех этих случаях мы можем переадресовать заказ на кассу. Клиенту важно получить заказ, поэтому никакого негатива переадресация не вызывает.

Роман Голубь

начальник управления по маркетингу и развитию продукта 5Post

Другой заметный игрок — компания «Обувь России» — сейчас располагает более чем 1240 ПВЗ на базе своих магазинов в разных регионах. В октябре 2020 года «Обувь России» выдала 162 тысячи посылок, в ноябре — более 200 тысяч.

Доставка до магазинов осуществляется силами партнеров. Сейчас к проекту подключено 10 компаний — это логистические операторы и два маркетплейса, Ozon и Wildberries.



В магазинах выделено специальное место, предназначенное для предоставления дополнительных сервисов, поскольку мы, помимо выдачи посылок, также предлагаем покупателям услуги по продаже товаров с рассрочкой платежа, оформлению денежных займов. В части регионов, в которых площадь магазинов небольшая, заказы выдаются на кассе. Наша задача — добиться того, чтобы в каждой торговой точке работали ПВЗ максимального числа наших партнеров. Также будем наращивать объемы выдачи — до 500 тыс. посылок в месяц к концу 2021 года. Кроме того, в этом году начали привлекать партнеров по установке постамаатов в наших магазинах. Первым партнером стал один из крупнейших мировых ИТ и логистических операторов «Цайняо» (входит в Alibaba Group).

Наталья Паули

заместитель директора по связям с общественностью OR GROUP

Аптечные сети

Аптечные сети — это одновременно и собственные пункты выдачи интернет-магазинов, и пункты, созданные на базе сетей оффлайновых магазинов. Поскольку доставка многих лекарств в России запрещена, для большинства интернет-аптек основная схема работы состоит из заказа на сайте (онлайн) и получения его в одной из аптек (физически). У части аптек, например у 3 из 12, входящих в топ-100 крупнейших интернет-магазинов, вообще нет курьерской доставки. У большинства она распространяется только на нелекарственную часть ассортимента.

По количеству точек крупнейшие аптечные сети обгоняют многие сети ПВЗ. По данным маркетингового агентства DSM Group на первое полугодие 2020, 30 крупнейших по объемам продаж аптек располагают суммарно почти 37 тысячами точек продаж¹. Причем у 11 из 30 сетей количество аптек превышает 1 тысячу, а крупнейшая сеть включает в себя более 11 тысяч точек.

Сетевые организации

Например, отделения Сбербанка или салоны операторов сотовой связи. Сбербанк располагает примерно 13 тысячами отделений. Около 2,5 тысяч из них уже сейчас подключены к СберЛогистике — то есть предлагают возможность получить или отправить посылку. Как правило, для этого используются постаматы.

Сеть офисов и салонов связи Мегафон включает в себя более 15 тысяч точек, МТС — более 5 тысяч, Билайн — около 4 тысяч, причем МТС и Билайн в течение последнего года сокращали размеры своих сетей. Салоны Билайн — один из ключевых партнеров DPD, хотя на выдачу работает сравнительно небольшое их количество.

Отделения Почты России

Почта России обладает уникальной инфраструктурой — более 42 тысяч отделений, причем большая часть из них, около 30 тысяч отделений, расположены в сельской местности. Доставка по почте с получением посылки в отделении — другой канал, чем доставка в ПВЗ, однако Почта России может использовать инфраструктуру и для выдачи посылок, доставленных другими службами.

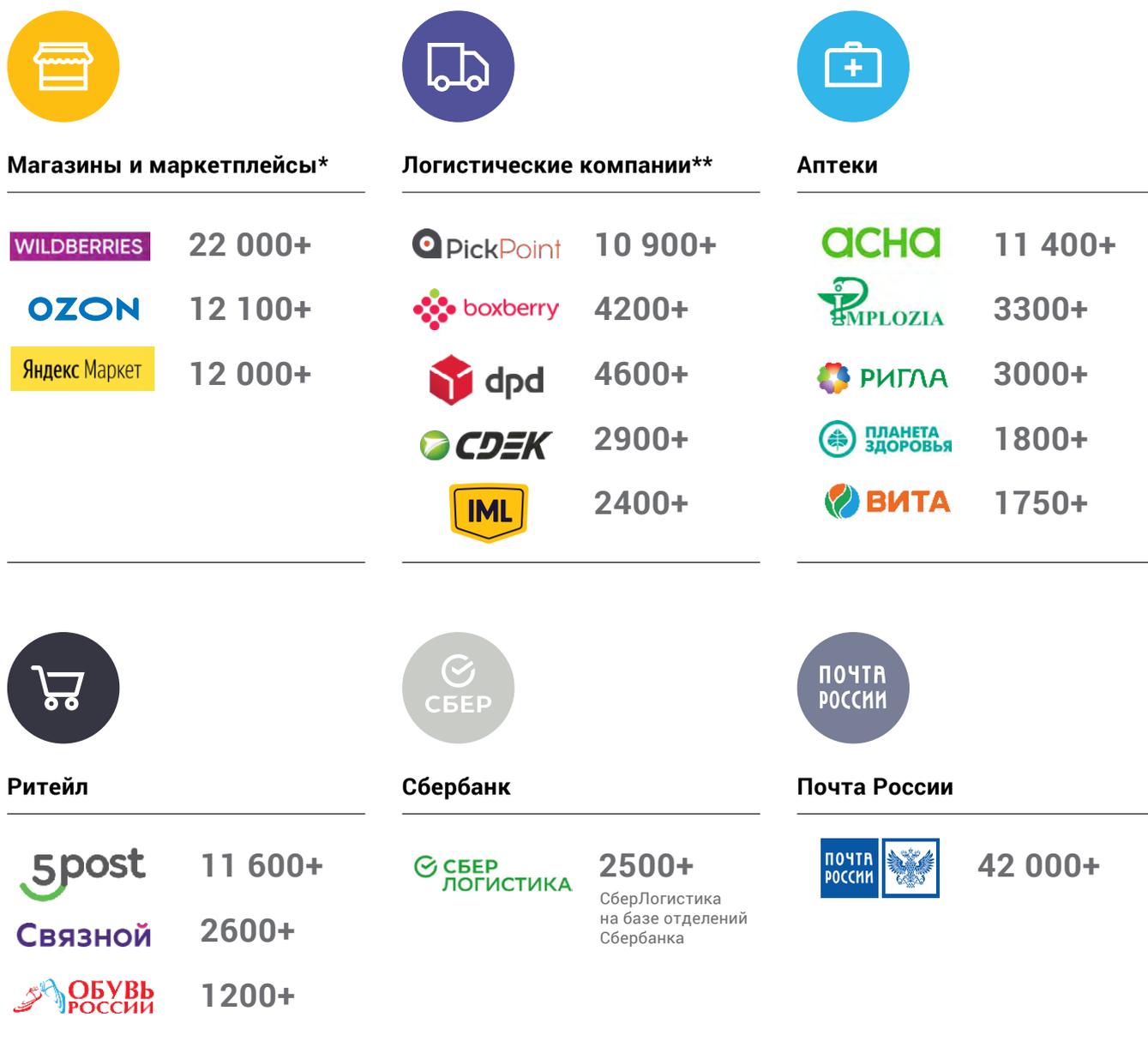
Одним из шагов в этом направлении можно считать получение фармацевтической лицензии и открытие аптечных пунктов в почтовых отделениях, что дает возможность доставлять покупателям лекарства.

Для каждой компании показан общий размер сети: с учетом партнерских точек.

Данные о размерах сетей 5Post, IML, CDEK, DPD, «Обувь России», Ozon, PickPoint, Почты России, Wildberries получены от них самих. Данные о количестве отделений Сбербанка, подключенных к СберЛогистике, и точках Citilink взяты с их сайтов. Данные о размерах аптечных сетей приводятся согласно рейтингу DSM Group. Число точек является приблизительным, поскольку меняется слишком быстро: крупные компании могут подключать десятки ПВЗ и постаматов только за одну неделю.

¹ Рейтинг аптечных сетей по итогам 1 полугодия 2020 года, DSM Group.

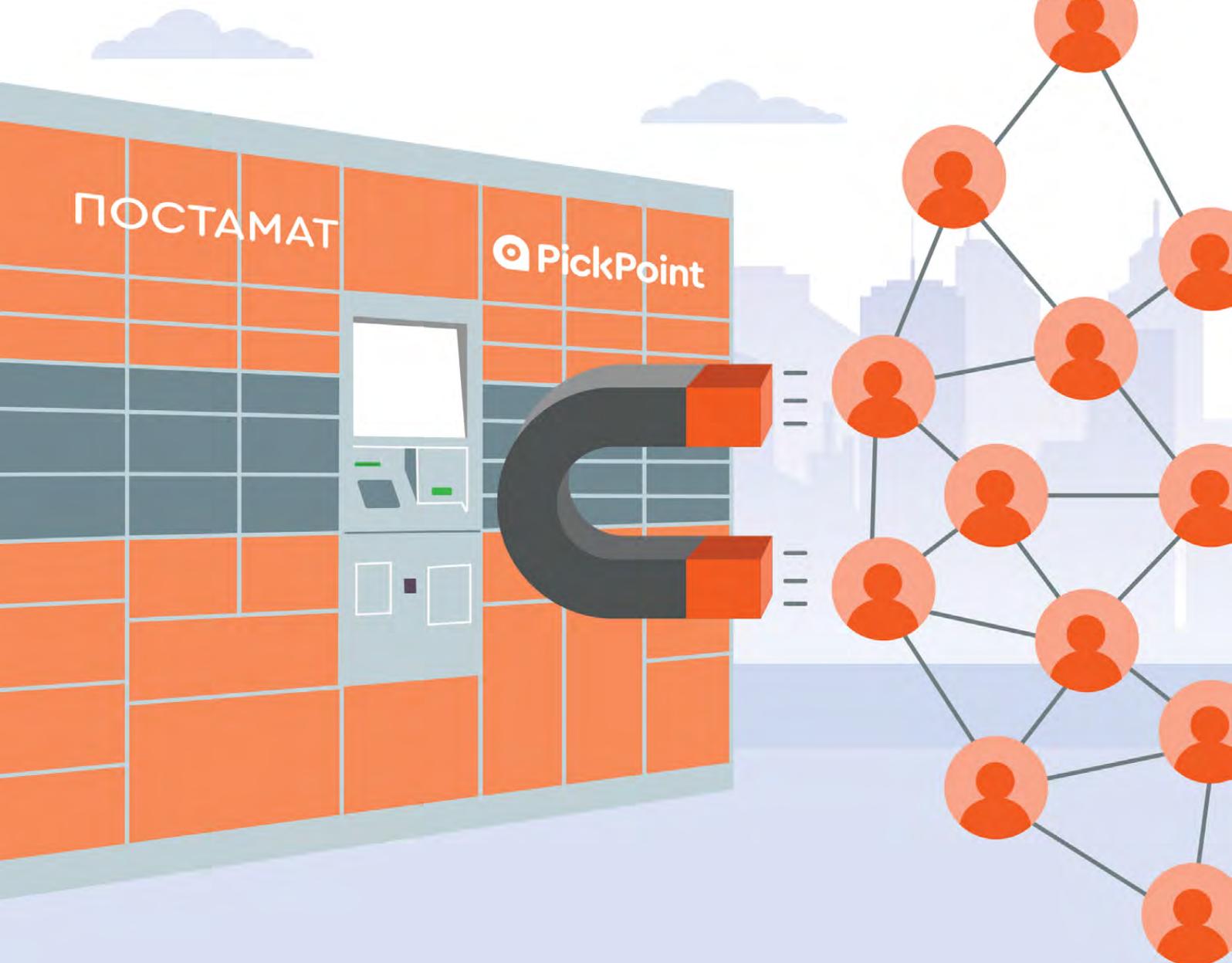
Рисунок 6. Размеры крупнейших сетей пунктов выдачи заказов и постаматов



* Свои и партнерские точки, без учета почты.

** Свои и партнерские точки.

Получите новую аудиторию с подключением доставки PickPoint



✉ new@pickpoint.ru

☎ +7 (495) 984-31-22

🌐 pickpoint.ru

13+ млн

уникальных покупателей
4% из них получает заказы
только в PickPoint

700

населенных
пунктов

13500

постаматов
и пунктов выдачи

85%

доступность сети для
активных покупателей РФ



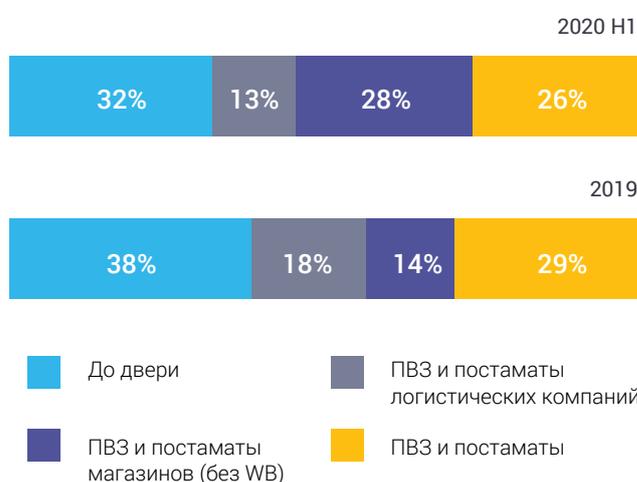
ОБЪЕМЫ ДОСТАВКИ

За последние 2 года пункты выдачи заказов (ПВЗ) и постаматы стали основным каналом доставки покупок из интернет-магазинов. В 2016 году доля заказов, доставленных через сети ПВЗ и постаматов, оценивалась² в 20% от всех заказов внутри России. По итогам 2018 доля самовывоза составляла немногим больше 30%. В 2019 году доля этого канала достигла 62%, при этом среди доставок, которые выполняли собственные службы интернет-магазинов, доля ПВЗ и постаматов была еще выше — 88%³.

По оценке Data Insight, в 2020 году через ПВЗ и постаматы было получено 265 млн заказов — 68% от всех посылок.

Под влиянием карантинных ограничений на работу торговых центров и перемещения покупателей в некоторые месяцы 2020 года доля ПВЗ и постаматов несколько снижалась, особенно у логистических компаний, — до 55% от всех посылок. У собственных служб магазинов доля ПВЗ и постаматов оставалась стабильно высокой. Например, у Wildberries она составляет 90%. Таким образом, ПВЗ и постаматы остаются самым востребованным каналом доставки.

Рисунок 7. Количество посылок, доставленных в ПВЗ и постаматы в 2019 и первой половине 2020



Весной произошел пересмотр локаций: ранее нагруженные точки в бизнес- и торговых центрах частично утратили свою популярность, близость к метро также перестала быть ключевым фактором успеха точки. Вырос трафик на те локации, которые расположены в спальных районах.

Карантинные ограничения наиболее сильно ударили по партнерам в Москве и СПб, но наш трафик не сфокусирован только в этих двух городах. В апреле объем заказов в ПВЗ снизился на 30% по отношению к марту, фактически в апреле 2020 мы показали те же результаты, что и в апреле 2019. В мае 2020 рост возобновился, мы вернулись на уровень марта и продолжили расти. Общий рост интернет-торговли не обошел стороной и ПВЗ.

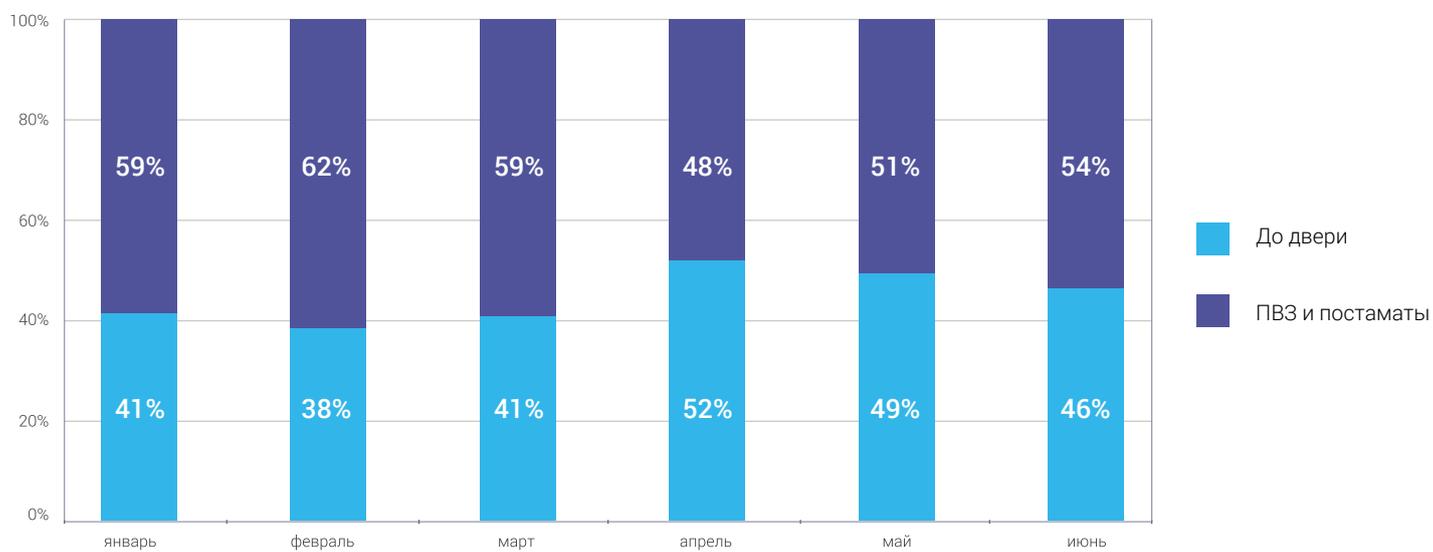
Ирина Зильберберг

начальник управления партнерской сети DPD в России

2 Исследование Data Insight «Постаматы и пункты выдачи заказов в электронной торговле», март 2017.

3 Отчет Data Insight «Рынок логистики для интернет-магазинов 2019».

Рисунок 8. Распределение посылок, доставленных логистическими службами в первой половине 2020, по каналам доставки





МАГАЗИНЫ И ПОКУПАТЕЛИ

Для магазинов возможность забрать товары самовывозом — это стандарт, как и курьерская доставка до двери. Получить заказ хотя бы одним из способов — в собственном магазине, партнерском пункте выдачи или постамате можно в 94 из 100

крупнейших магазинов и 90% остальных. Исключение составляют магазины, большая часть ассортимента которых относится к крупногабариту — например, шины и диски, мебель или крупная бытовая техника.

Рисунок 9. Доставка до двери, самовывозом и по почте у магазинов из ТОП-100 и остальных

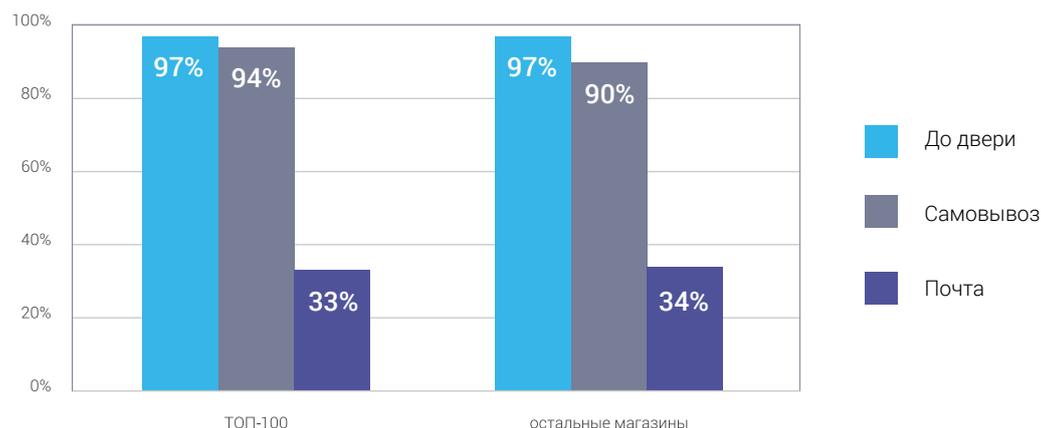
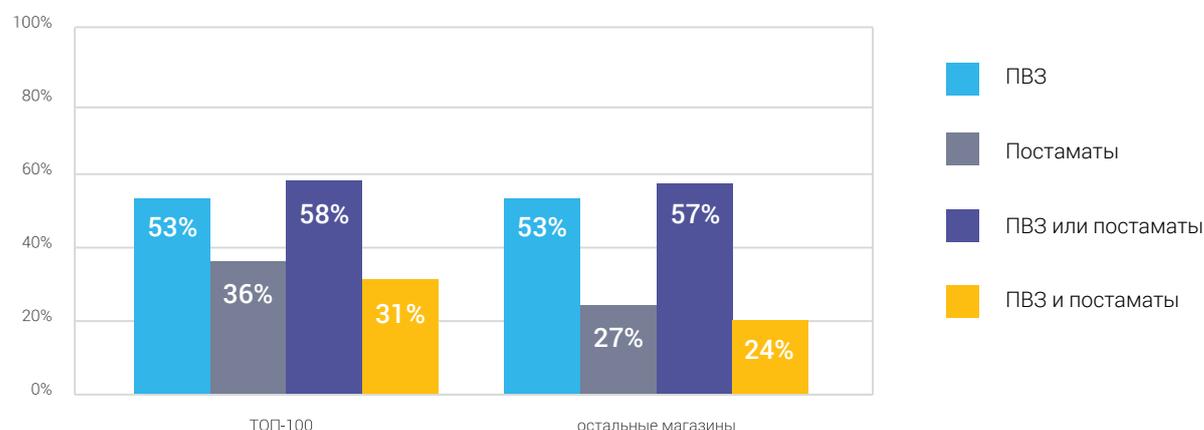


Рисунок 10. Доставка в ПВЗ и постаматы у магазинов из ТОП-100 и остальных



С сетями ПВЗ и постаматов сотрудничают 58% крупнейших магазинов и 57% остальных. Доставку и в ПВЗ, и в постаматы предлагают 31% крупнейших магазинов и 20% остальных. Остальная часть самовывоза приходится на собственные оффлайн-магазины и пункты выдачи. Чаще всего этой моделью пользуются аптеки и магазины техники, которые располагают большим количеством оффлайн-точек.

Доставка в постаматы есть у 36% крупнейших магазинов — это более распространенный способ доставки, чем почтой. Однако у остальных магазинов почтовая доставка по-прежнему встречается чаще. Для постаматов еще более значимы ограничения по весу и габаритам, поэтому есть целые товарные категории, в которых этот способ не предлагается.

Согласно опросу покупателей, проведенному в 2019 году⁴, ПВЗ и постаматы — предпочтительный способ доставки для 69% покупателей. Его любят в первую очередь за меньшую стоимость, однако для многих покупателей по удобству доставка в ПВЗ и постаматы также превосходит курьерскую доставку до двери. По словам респондентов, при использовании курьерской доставки они чувствуют себя «привязанными к дому» в течение нескольких часов или даже целого дня. Важнейшее достоинство доставки в ПВЗ — возможность самостоятельно выбрать время, чтобы забрать посылку.

По данным того же опроса, реже всего проблемы возникают при доставке в постаматы — только в 9% случаев были какие-либо затруднения. При доставке в ПВЗ проблемы возникали существенно чаще — в 21% случаев. Наиболее распространенные жалобы — на неудобное расположение и график работы.

Рисунок 11. Товарные категории, для которых менее характерна работа с сетями ПВЗ и постаматов

Показаны доли товарных категорий магазинов из топ-100, в которых доступен самовывоз только из собственных пунктов



Таблица 1. Основные преимущества доставки в ПВЗ и постаматы с точки зрения покупателей

ПВЗ (предпочитают 50% опрошенных)	Постаматы (предпочитают 19% опрошенных)
Стоимость. Доставка в ПВЗ обходится дешевле, чем курьером до двери, или вообще бесплатно.	Удобный график работы. Постаматы часто расположены в магазинах и торговых центрах, которые работают допоздна или круглосуточно.
Возможность выбрать любое время. Курьера нужно ждать и договариваться с ним, а в пункт выдачи или к постамату можно прийти, когда удобно.	
Возможность примерки и проверки товаров без спешки. Некоторым покупателям неудобно задерживать курьера, а в пункте выдачи они чувствуют себя спокойно.	Не нужно ни с кем общаться.
Удобное расположение.	
Высокое качество обслуживания.	Не нужно документов.
Разные способы оплаты.	



Доставка заказов из интернет-магазинов в СНГ

ОТПРАВЛЯЙТЕ ТОВАРЫ ПО НОВЫМ НАПРАВЛЕНИЯМ И УВЕЛИЧИВАЙТЕ ПРОДАЖИ



Простое подключение

Оформление посылок в личном кабинете интернет-магазина.
Передавать заказы можно в ПВЗ или на терминале Vohberry.



Выгодные тарифы

Тарификация рассчитывается исходя из веса и тарифной зоны доставки.
Стоимость доставки в 3-5 раз ниже, чем при отправке другими способами.



Быстрая доставка

Средний срок доставки из Москвы в Казахстан – 6-10 дней,
в Беларусь – 2-5 дней. Из Москвы в Киргизию – 7 дней, в Армению – 4 дня.



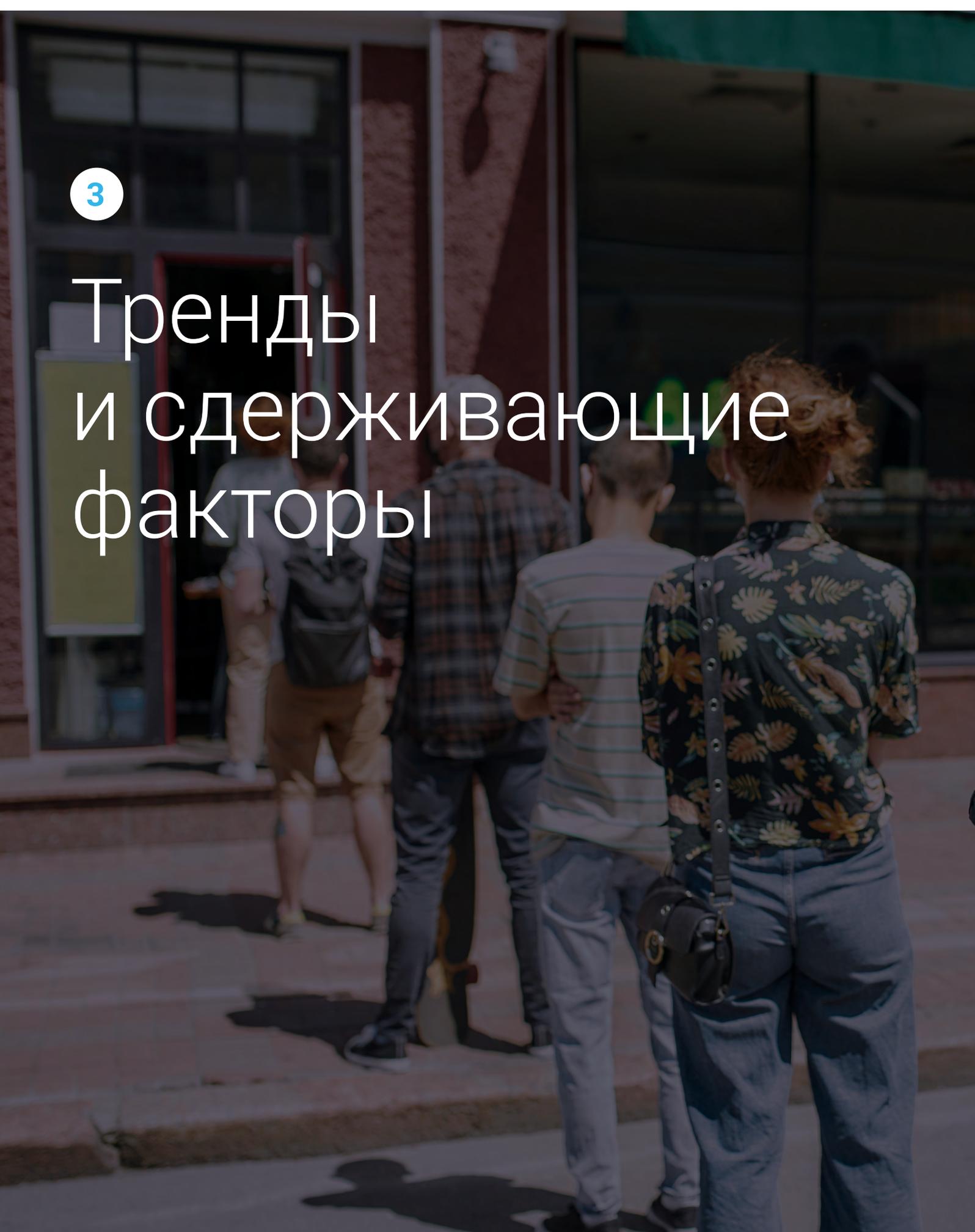
Удобное отслеживание

Местоположение заказа удобно отслеживать на сайте Vohberry
по трек-номеру.

Простое подключение в личном кабинете на сайте boxberry.ru

3

Тренды и сдерживающие факторы





КЛЮЧЕВЫЕ ТРЕНДЫ

Выдача товаров через пункты выдачи заказов и постаматы — основной канал доставки из интернет-магазинов, поэтому неудивительно, что этот сегмент быстро развивается. По оценкам экспертов, в ближайшее время рост продолжится.

Все крупные игроки намерены развивать свои сети дальше: увеличивать количество точек, подключать партнеров, экспериментировать со схемами работы и форматом пунктов выдачи.



Уровень утилизации текущей сети равен 65%, то есть у нас есть возможность удвоить трафик отправлений без увеличения точек выдачи. Удвоить сеть пунктов выдачи заказов мы можем в любой момент при наличии трафика заказов. Наш план развития зависит от целесообразности и востребованности сети. Так, в 2020 году мы увеличили сеть с 6500 до 11 000 точек выдачи. В 2021 планируем увеличение на 5000 – 6000 точек.

Надежда Романова
CEO PickPoint

1 Партнерства

В настоящее время многие крупные игроки развивают свои сети независимо, стремясь открывать в первую очередь уникальные пункты выдачи. Основная причина этого — брендинг, стремление сделать свои точки узнаваемыми. Однако тренд на сотрудничество набирает силу. Например, Wildberries, которая до 2020 года использовала только собственные пункты выдачи, за короткое время увеличила свою сеть почти в 3 раза, подключив постаматы PickPoint и 5Post.

За период с весны 2019 по осень 2020 общее количество точек выдачи с разными адресами выросло на 47%, а суммарное количество точек, которые предлагают разные операторы, — на 108%, что тоже показывает развитие партнерств между компаниями.



Мы планируем активное развитие партнерской сети точек выдачи, чтобы охватить еще большее число населенных пунктов в РФ. Кроме того, мы разворачиваем программу открытия фирменных ПВЗ по франшизе.

Вячеслав Иващенко
директор по развитию Wildberries

2 Региональное развитие

Слабое развитие в регионах — одна из основных проблем российской логистики в целом. У сетей ПВЗ и постаматов тоже есть значительный перекося: практически все сети существенно более развиты в Москве, чем в других крупных городах, и слабо развиты в сельской местности.

Открывать точки выдачи по всей России своими силами сложно, поэтому существенно возрастает значимость сотрудничества с ритейлерами, у которых уже есть магазины в разных регионах.



На примере Wildberries мы могли бы подчеркнуть тренд прихода онлайн-ритейла в небольшие населенные пункты: например, наша компания подключает к своей логистической системе партнерские пункты выдачи заказов в малых населенных пунктах с численностью от 500 человек.

Вячеслав Иващенко
директор по развитию Wildberries



На рынке логистики есть два основных тренда, повторяющихся из года в год: увеличение регионального покрытия и сокращение сроков доставки.

В IML ведется активная работа по оптимизации логистических цепей, чтобы увеличить охват небольших труднодоступных населенных пунктов. Новые магистральные маршруты в качестве альтернативы авиадоставке позволяют интернет-магазинам отправлять туда заказы без существенного увеличения стоимости. Прорабатываются и другие форматы: например, использование магазинов-партнеров в качестве отделений доставки.

Для сокращения сроков доставки, улучшения взаимодействия с клиентами и персонализации разрабатывается комплексное IT-решение. Экосистема позволит работать с IML более гибко и прозрачно.

Елена Шутюк
генеральный директор федеральной логистической компании IML

3 Улучшение качества доставки

В ПВЗ и постаматах изначально предлагался более высокий уровень сервиса, чем при курьерской доставке до двери. В большинстве из них уже давно реализованы возможности оплаты разными способами — и картой и наличными, есть примерочные и столы для проверки оборудования. Важнейшая проблема, возникающая при доставке до двери, — отсутствие узкого временного интервала, и, как следствие, необходимость ждать курьера в течение долгого времени — для ПВЗ и постаматов неактуальна, поскольку прийти за заказом можно в течение всего дня.

При этом качество доставки в ПВЗ тоже постоянно растет. В первую очередь это касается двух основных условий, влияющих на удовлетворенность покупателей: удобство расположения и график работы. Практически все компании, открывая новые точки, устанавливают как минимум десятичасовой рабочий день с работой в выходные и праздничные дни.

Помимо этого, сокращаются сроки доставки в ПВЗ и совершенствуется система уведомлений.

Таблица 2. Требуемый график работы ПВЗ

Компания	Требования к графику работы ПВЗ
Boxberry	7 дней в неделю, четкий график.
CDEK	7 дней в неделю, по будням — с 10 до 20 часов, по выходным — с 10 до 18.
DPD	Не менее 6 дней в неделю.
Ozon	7 дней в неделю, 12 часов в день.
PickPoint	Работа в выходные. Оптимально — круглосуточно, как минимум — привлекательные часы работы (например, с 8 до 22 часов).



Предсказуемость доставки, доставка в узкие временные слоты и ее безопасность выходят на первый план. Покупатель хочет точно знать, когда будет доставлен заказ, иметь возможность самому выбирать время получения и быть уверенным, что это безопасно для него и его родных.

Поэтому мы внедрили 2 волны доставки по Москве и области, а для регионов реализовали опцию получения точной даты доставки на наших онлайн-ресурсах.

Надежда Романова
CEO PickPoint

4 Появление новых форматов пунктов выдачи

По мере расширения сетей ПВЗ и поиска новых партнеров, а также благодаря комбинированию разных возможностей появляются новые форматы ПВЗ. Учитывая рост электрон-

ной торговли в целом, можно прогнозировать открытие пунктов выдачи в сетевых организациях любого типа — от кафе и ресторанов до станций общественного транспорта.



Пункты выдачи будут развиваться дальше и видоизменяться. Они будут сегментироваться в разные варианты пунктов выдачи заказов. Например, появится больше постаматов и пункты, совмещающие стандартный офис и постамат; большие и маленькие; с дополнительными услугами и без них. Все эти варианты будут нацелены на удобство клиентов: по территории и целевой аудитории.

В 2020 мы запустили сеть собственных постаматов OmniCDEK и будем активно расширять ее в следующем году. Создали несколько новых форматов пунктов выдачи заказов — в дополнение к базовому офису:

- мини-ПВЗ. Они меньше по размеру и могут быть размещены как корнеры в торговых центрах;
- проект «Райцентры» — пункты выдачи, которые открывают в городах с населением меньше 50 тысяч человек. Они адаптированы специально под небольшие поселки;
- ритейл-ПВЗ — формат пунктов выдачи заказов, в котором объединены функции офиса и сетевого магазина. Проект запущен совместно с сетями «Градусы», «Енисей», «Золушка».

Сергей Егоров
директор по развитию СДЭК

5 Развитие и модификация самих пунктов выдачи

Развитие пунктов выдачи как самостоятельных объектов идет в двух направлениях.

Во-первых, компании начинают предъявлять больше требований к доступности и внешнему оформлению помещения. Например, помещение для ПВЗ Wildberries должно быть расположено только на первом этаже, с отдельным входом и круглосуточным доступом. Площадь не менее 80 м², высота потолков — от 2 м 30 см. Открытая планировка и наличие санузла. Ozon требует светлое и опрятное помещение не менее 20 м² с потолками от 2 м 50 см. Вход на уровне земли, при расположении в торговом центре обязателен лифт.

Во-вторых, увеличивается количество услуг, доступных в ПВЗ. В первую очередь это услуги, которые так или иначе

связаны с получением и отправкой посылок: различные способы оплаты, отправка посылок, возвраты, осмотр и проверка оборудования. Однако появляются и ПВЗ, в которых можно получить и нелогистические услуги — например, ксерокопирование. Это связано с поиском новых помещений и моделей сотрудничества. Можно предположить, что в дальнейшем могут появиться ПВЗ, удовлетворяющие самые разные бытовые потребности.

Одно из негативных последствий пандемии коронавируса — в уменьшении количества пунктов выдачи с возможностью примерки. Большинство новых пунктов, которые открываются в конце 2020 и начале 2021, такой возможности не предоставляют.



Пункт выдачи заказов с его живыми операторами фактически становится точкой контакта клиента и транспортной компании, поэтому спектр оказываемых услуг будет расширяться: проверка посылок перед выкупом и прием наложенного платежа — это уже необходимый минимум, без которого ПВЗ не открывается. Многие ПВЗ сейчас также оказывают услуги по приему, оформлению и упаковке отправлений. Примерка также набирала популярность, но пандемия поставила этот тренд под вопрос.

Ирина Зильберберг

начальник управления партнерской сети DPD в России



В ПВЗ Wildberries осуществляется выдача заказов клиентов, примерка (при ее наличии), а также возврат товаров от покупателей. Также мы тестируем прием негабаритных товаров от предпринимателей через фирменные ПВЗ Wildberries.

Вячеслав Иващенко

директор по развитию Wildberries



Сейчас пункты выдачи заказов часто открываются не как отдельные бизнесы, а как дополнительный заработок для уже работающих предприятий, например, магазинов. Поэтому тренд на то, что в ПВЗ будет не только выдача заказов, вполне реален. Опыт западных стран показывает, что такой корнер в магазине может выполнять функцию официальной почты, маленького магазинчика, мини-банка или пункта приема-выдачи бандеролей.

Кирилл Шпара

руководитель отдела маркетинговых исследований Яндекс.Маркета



ОГРАНИЧЕНИЯ И СДЕРЖИВАЮЩИЕ ФАКТОРЫ

Несмотря на большую популярность у покупателей и магазинов, доставка самовывозом не сможет полностью заменить курьерскую доставку до двери.

1

Доставка в пункты выдачи и тем более в постаматы не подходит для крупногабаритных товаров, причем крупногабаритных скорее в бытовом значении, чем в профессиональном. В данном случае к крупногабариту относится всё, что неудобно нести в руках до дома, в том числе регулярные бытовые заказы — объемные упаковки корма для животных, подгузники, тяжелые продуктовые заказы, бутылки с водой, расходные материалы для офисов.

Пункты выдачи для крупногабаритных заказов существуют, но в основном у транспортных компаний и ориентированы либо на разовые, сравнительно редкие, покупки конечных потребителей, либо на B2B — выдачу купных партий товара дилерам или оптовым покупателям. Кроме того, при самовывозе из терминала транспортной компании покупателю нужно будет самому организовать доставку крупного товара до своего дома (для этого может понадобиться специальный транспорт) и поднять его на этаж (для этого могут понадобиться грузчики).

2

Существуют специальные модели доставки, к которым практически не применимы ПВЗ и постаматы. Например, смысл срочной (меньше чем за час) доставки продуктов или готовой еды — в том, что продукты доставляют непосредственно до двери. Если бы заказчик был готов выходить из дома, он мог

бы совершить аналогичную покупку в ближайшем продовольственном магазине. Другой пример — доставка цветов или подарков на адрес другого человека возможна только курьером до двери.

3

Самовывоз предполагает возможность человека выйти из дома и добраться до того или иного пункта. **Всегда остаются покупатели, которым это неудобно по различным причинам — ограниченная возможность перемещаться,**

болезни, маленькие дети, сложный график работы. Они будут использовать доставку в ПВЗ только при условии действительно близкого расположения — например, постамат в том же подъезде или ПВЗ в соседнем доме.

4

У постаматов и пунктов выдачи есть пропускная способность. В постамате она ограничена количеством ячеек, в пункте выдачи — площадью, на которой могут храниться посылки. Срок хранения в ПВЗ и постаматах составляет в большинстве случаев несколько дней. Поэтому в момен-

ты пикового спроса покупатели могут сталкиваться с недоступностью наиболее удобных точек. Чтобы этого не происходило, компании планируют развитие сетей исходя из прогнозируемого трафика.

5

Многочисленные требования к местам, в которых могут быть расположены ПВЗ, ограничивают их количество.

С одной стороны, они должны быть удобными для получателей: находиться рядом с жилыми домами и недалеко от остановок общественного транспорта, желательно иметь отдельный вход — причем подходящий для людей с ограни-

ченными возможностями. С другой стороны, ПВЗ должен быть удобен и для машин, которые привозят товары, — то есть обеспечивать круглосуточный подъезд и возможность разгрузки. Еще одно условие, о котором приходится помнить, — расположение точек других сетей.



Факторы, сдерживающие развитие сети постаматов и ПВЗ, материальны.

- Места, в которых можно установить пункты СДЭК. С одной стороны, им нужно быть достаточно проходимыми и удобными для получателей. С другой — к локации должен быть беспрепятственный доступ курьеров на автомобилях. Объективно количество таких мест ограничено даже в больших городах.
- Конкуренция. Постамаатов и ПВЗ от разных компаний становится всё больше. Значит, необходимо рассчитать установку так, чтобы обеспечить поток клиентов и при этом отстроиться от конкурентов. Отличаться, быть удобнее и сервиснее.

Сергей Егоров
директор по развитию СДЭК

6

При дальнейшем расширении спектра услуг и улучшении условий **оснащение каждого ПВЗ начинает обходиться всё дороже.** Поддерживать новые технологические проекты при бурном росте сетей также становится сложно.



Клиенты привыкают к своим любимым локациям и неохотно меняют их на новые, если они даже и удобные на наш взгляд, поэтому далеко не всегда новая точка означает новые посылки для доставщика. К тому же есть ряд новых проектов, связанных с маркировкой товаров, а цифровое оснащение многих ПВЗ не может поддержать их требования. Уверена, что, как и всегда, бизнес сможет найти выход и мы продолжим наблюдать за развитием сетей ПВЗ в России.

Ирина Зильберберг
начальник управления партнерской сети DPD в России



— это федеральный сервис доставки заказов из интернет-магазинов и маркетплейсов в пункты выдачи заказов и постаматы в универсамах «Пятёрочка».



МЫ ПОМОГАЕМ БИЗНЕСУ НАШИХ ПАРТНЕРОВ РАЗВИВАТЬСЯ, ПРЕДЛАГАЯ ЕМУ ШИРОКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОХВАТ, ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО ЛОКАЦИЙ, МУЛЬТИФОРМАТ ВЫДАЧИ ЗАКАЗОВ, ДОСТУП К 40 МЛН ЛОЯЛЬНЫХ КЛИЕНТОВ С ВЫСОКОЙ ЧАСТОТОЙ ПОСЕЩЕНИЙ И КОНТАКТА С БРЕНДОМ, МЫ ТАКЖЕ ПРЕДЛАГАЕМ НИЗКИЕ ТАРИФЫ НА НАШИ УСЛУГИ.

fivepost.ru

НАША МИССИЯ



Мы работаем, чтобы процесс покупки товаров в интернет-магазинах максимально сэкономил время за счет удобной, доступной и надежной доставки в пункты выдачи рядом с домом.

МЫ ПРЕДЛАГАЕМ:



Выгодные тарифы



Высокое качество локаций



Широкий федеральный охват



5 сегодня

Более
13 000
пунктов выдачи

Более
2 500
населенных пунктов

Более
12 млн
выданных заказов

Представленность
в **65** регионах РФ

22 собственных
распределительных центров

97% объем заказов,
доставляемых
в срок

СТАНДАРТНЫЙ НАБОР УСЛУГ, ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ ПАРТНЕРАМ:

- Прием отправлений из Москвы, Московской области и Санкт-Петербурга.
- Возможность пикапа со склада Партнера.
- Доставка и выдача заказов через постаматы и пункты выдачи.
- Оповещение покупателя о доставке посредством SMS, e-mail.
- Хранение отправлений в течение 7 дней.
- Прием наложенного платежа.
- Страхование отправлений.

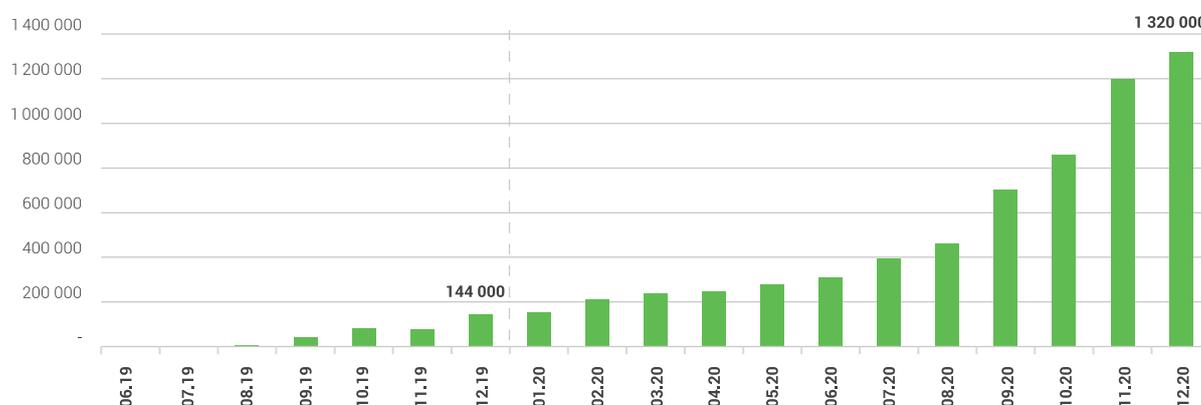


КАК СОЗДАТЬ КРУПНЕЙШУЮ ЛОГИСТИЧЕСКУЮ СЕТЬ ЗА 1 ГОД. ОПЫТ 5POST

5Post – это федеральный сервис доставки заказов из интернет-магазинов и маркетплейсов в пункты выдачи заказов и постаматы в универсамах «Пятёрочка». Объем заказов за 2020, доставленных через логистический сервис 5Post,

составил более 6 млн посылок (без учета объемов партнеров). Объем за декабрь 2020 года вырос более чем в 9 раз по сравнению с декабрем прошлого года и составил 1320 тыс. посылок.

Рис. А. Кол-во заказов 5Post



5Post сегодня – это:

- Более 13 000 пунктов выдачи
- Более 2500 населенных пунктов присутствия
- 22 собственных сортировочных центров

Для клиентов доступны:

- Выгодные тарифы
- Высокое качество локаций
- Широкий федеральный охват

Основное удобство сервиса:

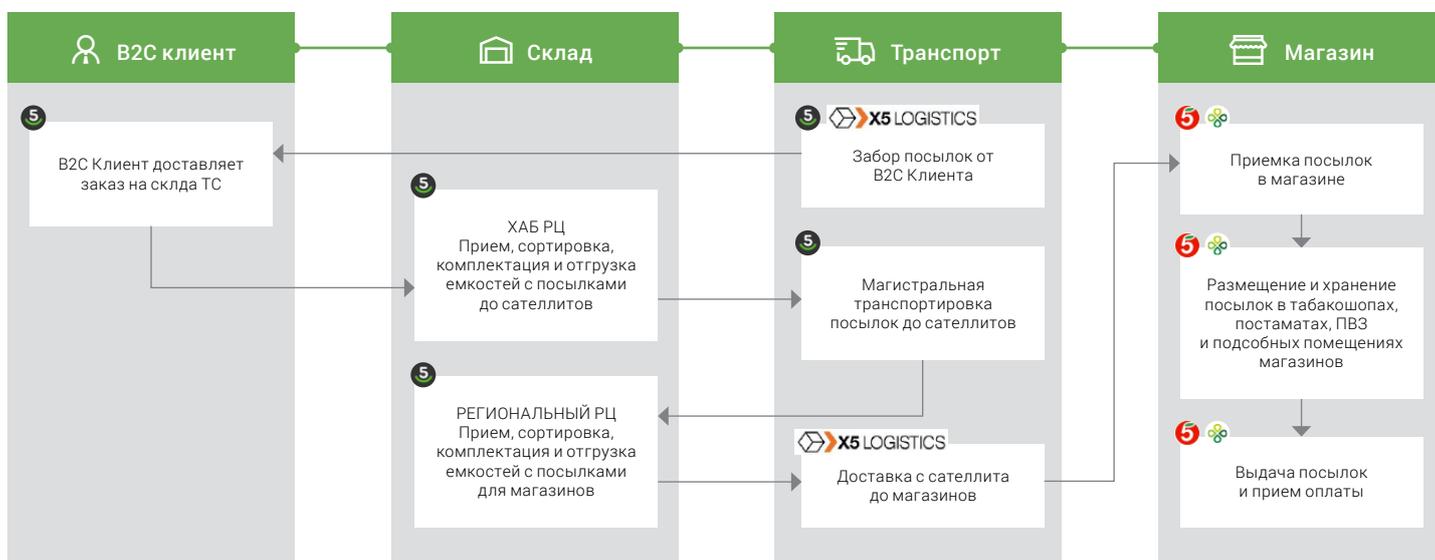
- Все пункты выдачи находятся рядом с домом и есть не только в крупных городах, но и в небольших поселках.
- Режим работы (14-15 часов в день без выходных и праздников), посылку можно забрать и до, и после работы, либо в выходной. Не нужно подстраиваться под график ПВЗ (9-12 часов, иногда в выходные не работают) или тем более курьера.
- Возможность совместить рутинные операции – покупку продуктов и получение заказа, тем самым сэкономяв время.

Начало

История бизнеса 5Post начинается с даты утверждения данной бизнес-единицы наблюдательным советом X5 Retail Group в июле 2019 г. Главным шагом начала существования 5Post стало подписание стратегического договора на доставку китайских товаров с AliExpress. Проект начал успешно осуществляться на базе логистики X5 Retail Group и крупнейшей в стране сети магазинов формата «у дома» «Пятёрочка». Данная инфраструктурная особенность позволила проекту реализовать принцип попутной логистики на последней миле – все точки обслуживаются с одинаковым качеством сервиса, независимо от количества заказов, не требуют обеспечивать консолидацию посылок на точку для экономичной доставки. В дальнейшем это позволило предложить рынку неповторимую комбинацию географической доступности и стоимости услуг.

Самым сложным в проекте стало создание новых бизнес-процессов и их интеграция в подразделения X5 Retail Group. Потребовалось сформировать архитектуру проекта, построить новую IT-инфраструктуру, создать логистическую платформу на базе цепочек X5 и интегрировать процессы работы с посылками в магазинах сети «Пятёрочка».

Для внедрения сервиса в попутную логистику X5 Retail Group было необходимо разработать и пройти этап интеграции. Это подразумевало внедрение сортировочных участков в основных распределительных центрах торговой сети и добавление задач сервиса в логистическую цепочку последней мили торговой сети. Чаще всего сортировочные участки занимали свободные площади на мезонине. В случае их отсутствия обсуждалось выделение свободной складской площади распределительного центра. Эти зоны обособливались, закрывались периметром, оснащались видеонаблюдением и необходимым оборудованием. Благодаря размещению посылок (или сортировочных участков) на одном складе с отгрузками для магазинов мы смогли реализовать технологию, которая позволила интегрироваться в процессы последней мили продуктовой логистики. На собственном сортировочном участке мы осуществляли распределение посылок и интегрировали их в логистическую цепочку последней мили торговой сети. В складские и логистические системы торговой сети передавались данные о грузах, и посылки заносились в перечень грузомест. Затем в рамках стандартного процесса доставки они развозились по заявленным точкам. Данный механизм позволил оперативно и легко масштабироваться во внутреннюю логистику сети.



После построения архитектуры основных бизнес-процессов стартовал проект по созданию IT-инфраструктуры, который бы позволил новым и интегрируемым бизнес-процессам эффективно функционировать.

После изучения конкурентных бизнес-моделей стало понятно, что работа лишь с постаматами затрудняет быстрое масштабирование и развитие бизнеса. Возникли вопросы как к скорости производства необходимого количества постамаатов, так и к их экономической эффективности в небольших населенных пунктах. Было решено начать исполь-

зовать выдачу товаров непосредственно с кассы магазинов «Пятёрочка». Это была прорывная идея, которая позволила нам достичь текущих результатов. Было найдено решение, которое позволило интегрировать ПО для работы с посылками непосредственно в кассовое оборудование магазина. Таким образом, не потребовалось инвестировать в дополнительное оборудование, а самое главное – удалось бесшовно масштабировать ПО кассовых аппаратов и запустить программу массового обучения сотрудников магазина дополнительному функционалу с использованием привычных для них инструментов.

В это же время была закончена интеграция с крупнейшим международным маркетплейсом AliExpress и доставлены первые заказы с этой знаменитой площадки.

Помимо построения логистической и IT-платформы, необходимо было решить вопрос по запуску работы персонала с посылками в магазинах «Пятёрочка». В стандарт обучения X5 Retail Group был добавлен обязательный блок по работе с заказами, обучающий сотрудников магазинов принимать посылки, выдавать их и организовывать возврата на распределительные центры. Для ускорения процесса запуска сортировочного центра на базе распределительного центра процесс интеграции и процесс обучения велись параллельно. Как только всё было готово, осуществлялся одновременный запуск всех точек, обслуживаемых таким центром. Благодаря данной механике сервис подключал к работе 1-2 центра ежемесячно.

Параллельно были найдены точки роста для магистральных перевозок. Попутная логистика в части магистрали не соответствовала нашим требованиям по частотности и скорости отправок. Для решения данного вопроса была построена собственная магистральная логистика. В Подмосковье был развернут собственный ХАБ, где, помимо сортировки для последней мили, посылки готовятся для магистральной перевозки.

Активный рост первой фазы подключений распределительных центров закончился в конце 2019 года. К этому времени к сервису 5Post были подключены 12 распределительных центров. После этого было решено взять небольшую паузу для выравнивания ситуации и из-за необходимости подстроиться под новые объемы посылок. В 2020 году свои корректировки в масштабирование внесла пандемия, но уже летом 2020 года 5Post запустил вторую фазу масштабирования, которая закончится в 2021 году.

Рис. Б. Количество сортировочных центров 5Post



Рис. В. Количество пунктов выдачи 5Post

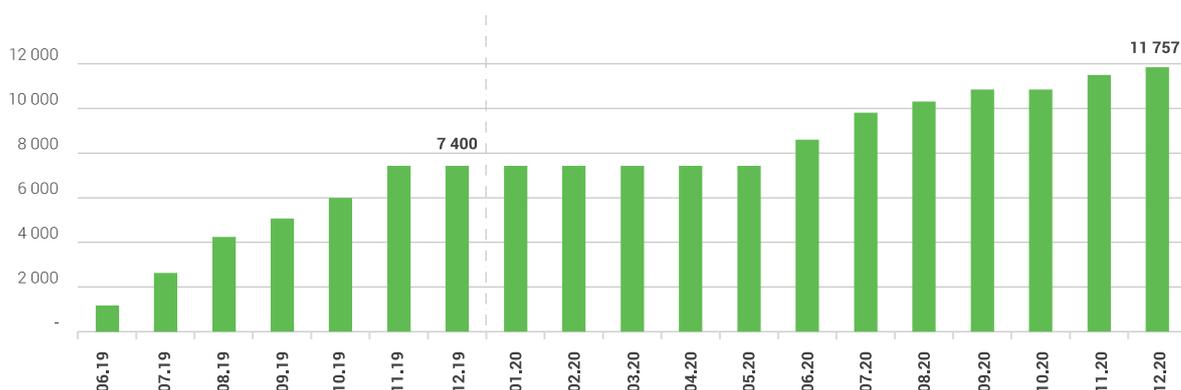
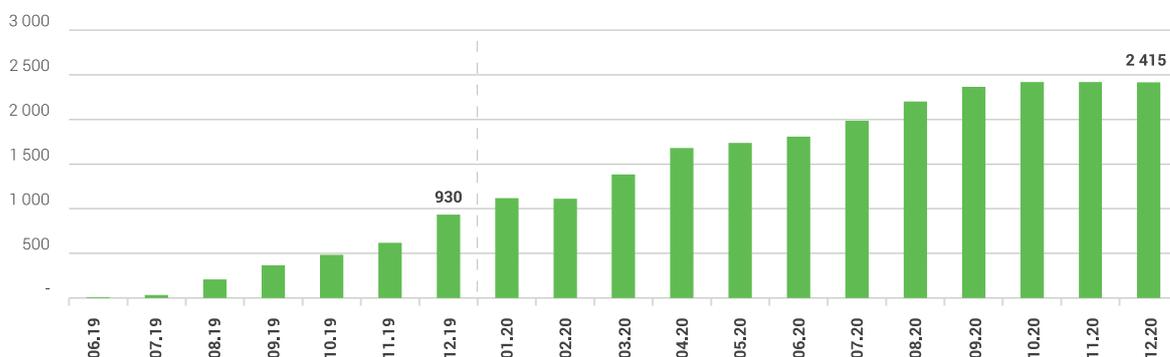


Рис. Г. Кол-во населенных пунктов, в которые была осуществлена доставка 5post



Масштабирование

К концу 2019 года сеть 5Post уже включала в себя более 7400 постаматов и пунктов выдачи заказов на кассах магазинов «Пятёрочка», т.о. обеспечивая доставку в половину торговых точек сети. В 2020 году началось массовое подключение к сервису ключевых игроков рынка e-commerce.

Первоначально при подключении первых крупных партнеров сервиса разрабатывались индивидуальные протоколы интеграции. Данный шаг был необходим для понимания общих требований рынка e-commerce. К началу 2020 года 5Post разработал собственный стандартный API-протокол, который позволил сервису значительно ускорить подключение новых партнеров.

Новым этапом масштабирования стало расширение коммерческой службы. Мы поняли, что пора работать с рынком через прямые продажи, а для этого необходимо увеличение числа сотрудников. Этот этап пришелся на период пандемии и стал своего рода вызовом для сервиса. Однако пандемия показала, что 5Post, как дочерняя компания X5 Retail Group, является более стабильным логистическим партнером для бизнеса. Магазины продуктов питания явля-

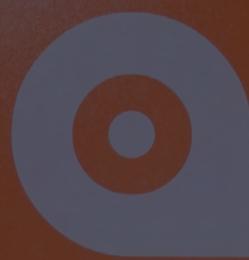
ются важнейшей социальной структурой и стратегически важными объектами для общества. В период пандемии все точки выдачи 5Post, находящиеся в магазинах «Пятёрочка», работали в обычном режиме. Для пользователей сервиса это дало еще больше уверенности в надежности нашего сервиса.

Пандемия дала сильный рост всей сфере e-commerce, и 5Post в том числе. На конец 2020 года услугами сервиса пользуются более 90 российских и зарубежных интернет-магазинов. Объем заказов, доставленных через логистический сервис 5Post, неуклонно растет, а мы продолжаем работать над тем, чтобы процесс покупки товаров в интернет-магазинах максимально сэкономил время за счет удобной, доступной и надежной доставки в пункты выдачи рядом с домом.

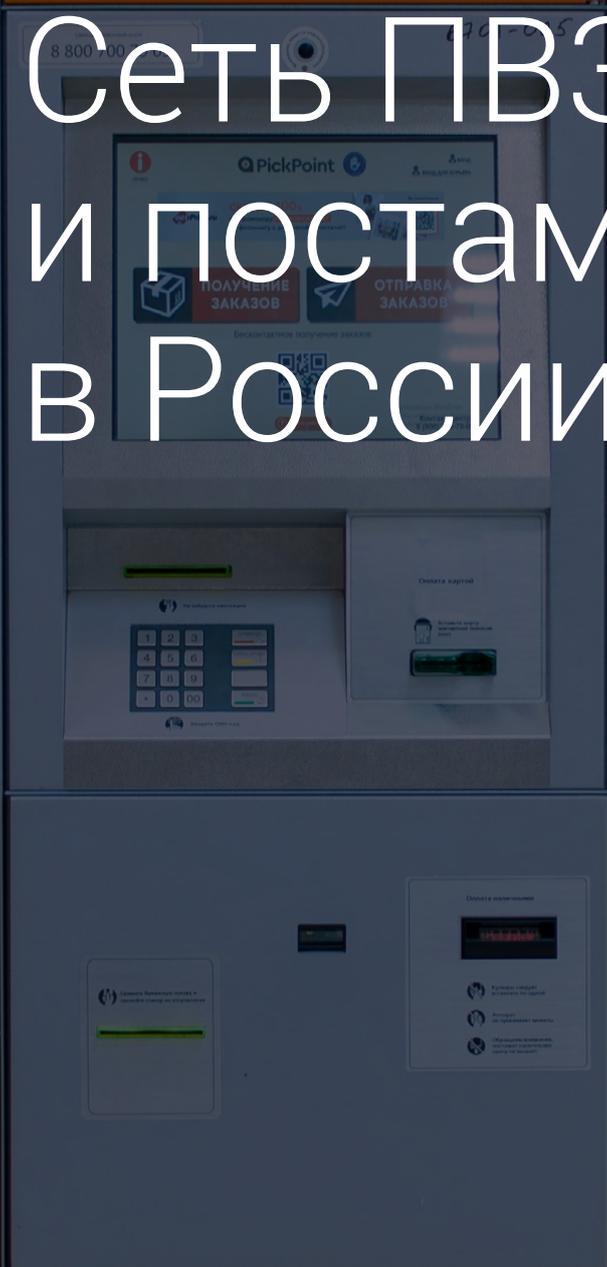
2020 год 5Post заканчивает с 20 запущенными сортировочными центрами и более 11 700 пунктами выдачи, расположенными в 2415 населенных пунктах. В декабре объем обработанных посылок превысил 1,3 млн.

4

Сеть ПВЗ и постаматов в России

 PickPoint

ЗАБИРАЙ
ЗДЕСЬ





СЕТЬ ПВЗ И ПОСТАМАТОВ В РОССИИ

Эта часть исследования основана на анализе базы адресов пунктов выдачи заказов и постаматов, собранных Data Insight. Адреса частично получены от операторов ПВЗ и постаматов, частично — собраны с сайтов осенью 2020⁵. Число точек выдачи постоянно меняется: крупнейшие игроки подключают десятки и даже сотни новых пунктов в неделю, поэтому определить точное количество ПВЗ и постаматов в России невозможно. Кроме того, для некоторых компаний данные не включают постаматы, которые были недоступны в момент сбора — например, полностью заполнены или сломаны.

Однако собранная база позволяет сделать минимальную оценку сети ПВЗ и постаматов в России, а также изучить важные характеристики, в том числе распределение по регионам, городам и типам населенных пунктов⁶.

Общее количество физически разных, то есть имеющих различные адреса, точек выдачи у 25 компаний, вошедших в исследование, — более 50 тысяч. 38% — это классические ПВЗ, 33% — постаматы, 27% приходится на магазины (это могут быть как специально организованные ПВЗ, так и выдача на кассе).

Почта России располагает более чем 42 тысячами отделений, так что суммарное количество ПВЗ и постаматов логистических компаний и маркетплейсов превысило размеры почтовой сети. Общее количество аптечных пунктов 30 крупнейших сетей, согласно данным DMS Group, — около 37 тысяч.

Рисунок 12. Распределение точек вывоза заказов по типам

Все пункты



Точки магазинов, маркетплейсов и логистических компаний



5 Всего в базу включены данные о ПВЗ, постаматах, терминалах и магазинах 25 разных компаний: 220 Вольт, 5Post, Байкал Сервис, Voxberry, CDEK, Деловые линии, DPD, Главпункт, Grastin, GTD, Hermes, IML, Индекс-Экспресс, КСЭ, Ozon, PickPoint, ПЭК, СберЛогистика, Связной, Ситилинк, PickUp, Shop-Logistics, TelePort, Wildberries, Энергия. Отдельно проанализировано расположение почтовых отделений.

6 Общее количество адресов, которые используют в сумме 25 компаний, — почти 90 тысяч. Однако около половины адресов не уникальны — то есть используются более чем одной компанией. Чтобы посчитать количество разных пунктов, места с одинаковыми адресами склеивали. При этом:

- Учитывали уточнения (номер подъезда, офиса, павильона, комнаты и т.п.). Адреса с разными уточнениями не склеивали.
- Учитывали тип объекта — ПВЗ (магазин, терминал, отделение) или постамат. Разные типы также не склеивали, даже при полном совпадении адресов, поскольку постаматы могут быть расположены в ПВЗ или рядом с ним.
- В качестве дополнительных признаков при склейке учитывали названия и номера объектов и график работы.
- Разные пункты, расположенные по одному и тому же адресу (например, несколько разных ПВЗ в бизнес-центре или торговом центре), при совпадении остальных параметров и при отсутствии дополнительных уточнений могли быть объединены.

Абсолютное большинство всех точек выдачи магазинов и логистических компаний (92%) расположено в городах. Распределение отделений Почты России существенно отличается. Только около 27% почтовых отделений расположены в городах, остальные — в сельской местности и населенных пунктах других типов.

Всего география общей сети ПВЗ и постаматов включает в себя 2945 различных населенных пунктов, 1065 из которых — города. Почтовые отделения охватывают 23 292 населенных пункта, среди них 1185 городов.

Также неравномерно пункты выдачи распределены по федеральным округам. **38% всех точек приходится на Центральный федеральный округ**, а 78% расположены в одном из четырех округов: Центральном, Приволжском, Северо-Западном или Южном. На Дальний Восток и Северный Кавказ приходится всего по 2% объектов.

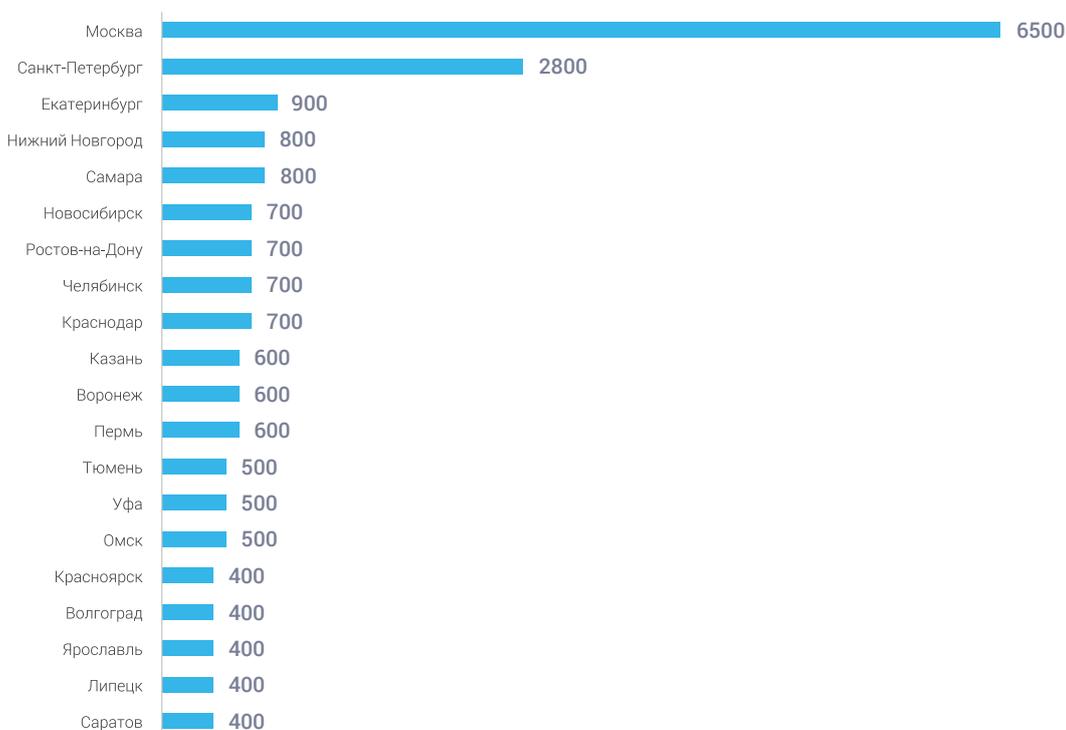
На 15 городов-миллионников приходится 36% всех пунктов выдачи заказов и постаматов. Кроме них, в топ-20 городов с наибольшим количеством точек входят Краснодар (причем он обгоняет многие города с большим населением), Тюмень, Ярославль, Липецк и Саратов.

Рисунок 13. Распределение ПВЗ и постаматов по федеральным округам России



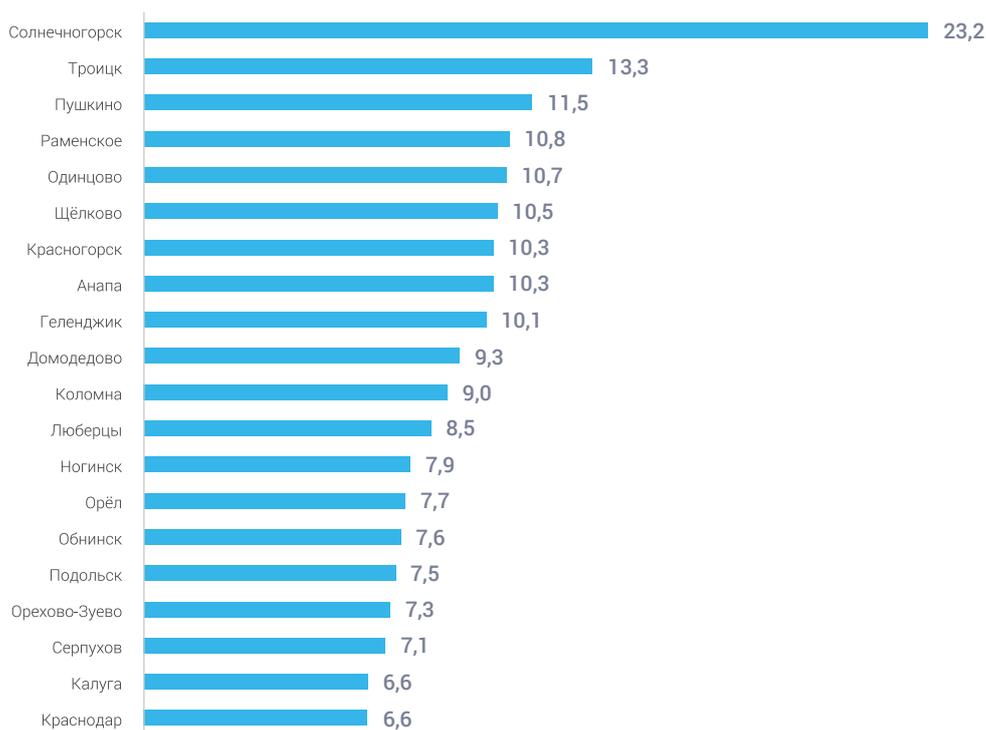
Рисунок 14. Топ-20 городов по количеству ПВЗ и постаматов

Показаны округленные значения



Больше всего ПВЗ на 10 тысяч человек приходится в подмосковных городах со сравнительно небольшим (до 200 тысяч человек) населением. Среди городов с населением от 200 тысяч больше всего пунктов на 10 тысяч человек в Орле и Подольске (7,7 и 7,2 соответственно), среди городов с населением от 500 тысяч – в Краснодаре (6,6), а среди миллионников лидирует Самара (6,6). В среднем по 100 городам с наибольшим количеством пунктов на каждые 10 тысяч человек приходится 5,4 пункта выдачи.

Рисунок 15. Топ-20 городов по количеству ПВЗ на 10 000 человек





Международная экспресс-доставка документов, личных посылок, интернет-заказов

Уникальная собственная сеть пунктов выдачи

- Офисы с примерочными, розетками
- Мини-ПВЗ и автоПВЗ
- Постаматы



3300+ в мире



2900+ в России



www.cdek.ru/ru



+7 495 009-04-05



Международная постаматная сеть

Создана СДЭК – одним из лидеров доставки в РФ – и инновационным партнером OMNISC

- 50 000+ клиентов ежедневно выбирают доставку в постаматы
- 500+ подключенных устройств по всей России
- Без очередей и контактов с курьером



Станьте частью быстрорастущей постаматной сети OmniCDEK

Подключить доставку



ПОСТАМАТНАЯ СЕТЬ OMNICDEK

OmniCDEK — это объединение крупнейшей логистической компании СДЭК вместе с инновационным партнером OMNIC. Компания появилась в 2020 году за счет синергии лидеров рынка, что позволяет создать новый клиентский опыт и вывести постаматную сеть OmniCDEK в лидеры международного уровня.

Какие возможности открывает постаматная сеть OmniCDEK?

- Уникальная адресная программа и локации, которые отстроены от конкурентов, дадут прирост любому интернет магазину
- Стать частью быстрорастущего бизнеса и создать пассивный заработок на самообслуживании — от 15 000 руб. в месяц при средней загрузке устройства от 50%
- Оптимизирует время клиентов — избавляет их от рутины и освобождает время для более приятных вещей
- Увеличивает трафик новых клиентов и расширяет географию доставки для интернет-магазинов

Что помогло нам запустить совместный продукт?

Лидерство СДЭК в сфере экспресс-доставки в России и за рубежом. Ежедневно компания СДЭК осуществляет до 300 000 отправок, к логистической системе подключено более 90 000 активных интернет-магазинов. Компания существует с 2000 года и активно растет с 2009 года, из года в год увеличиваясь на 40% и открывая новые офисы по всему миру: сегодня в СДЭК отправить или забрать посылку можно

более, чем из 3300 офисов. Запуск продукта был бы невозможен без опыта независимой международной технологической компании OMNIC в разработке и запуске продуктов для самообслуживания в сфере ритейла и логистики.

Компания OMNIC установила за три года более 10 000 модулей в 6 странах мира. В 2019 году OMNIC отмечена рекордом Гиннеса за установку самого большого постамата в мире на 1182 автоматизированные ячейки.

После запуска постаматной сети OmniCDEK в марте 2020 года, уже в июле 2020 года клиент получил свою первую посылку, а к декабрю 2020 года было установлено более 400 устройств по всей России, хотя изначально компания ставила цель в 250 устройств в рамках 2020 года.

Плюсы продукта OmniCDEK на рынке постаматов

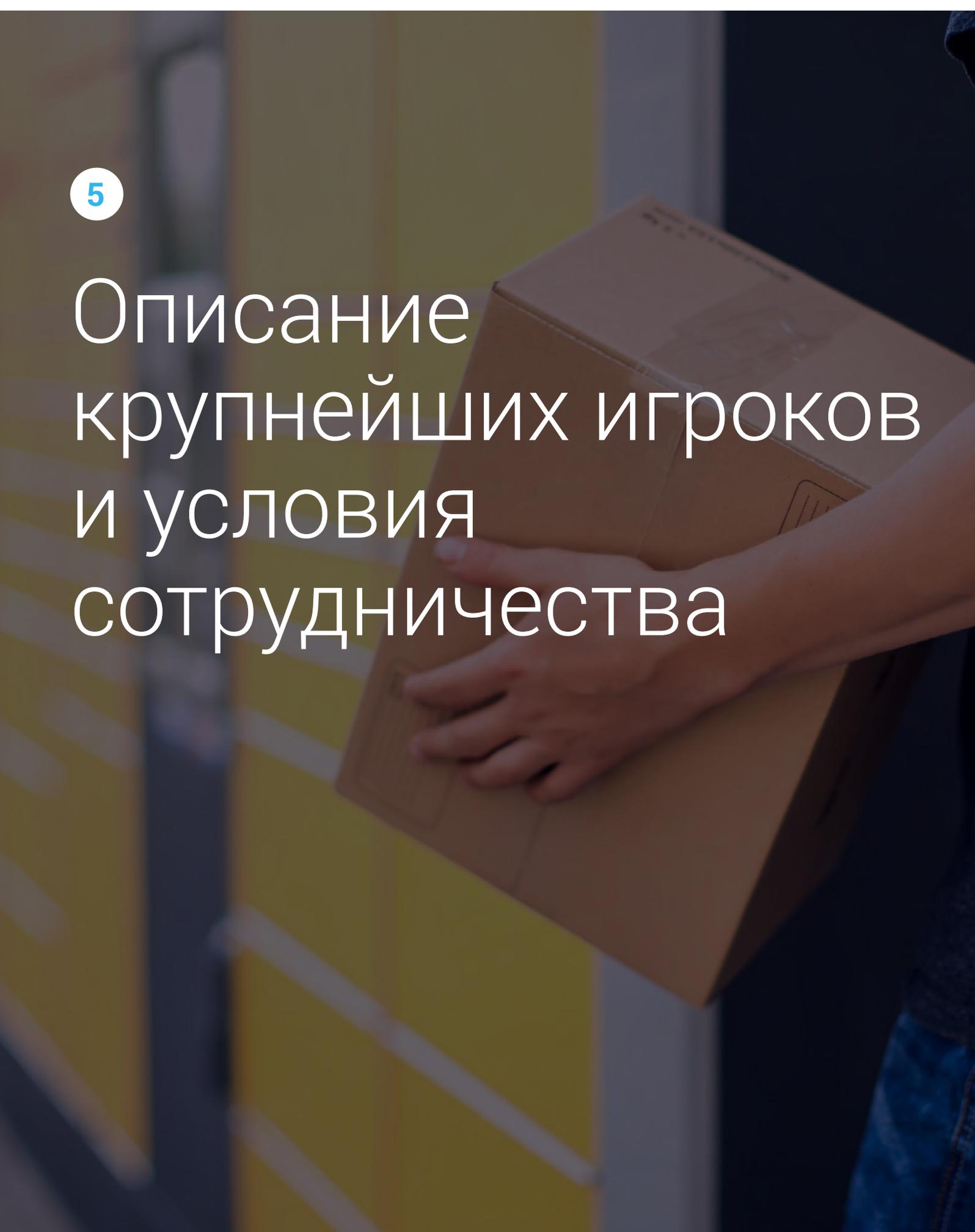
В марте 2021 года постамат OmniCDEK победил в ежегодном международном конкурсе Vending & Automated Services Award (VASA) в номинации «Лучшее технологическое решение».

Постамат OmniCDEK — первое устройство самообслуживания, управляемое с помощью POS-терминала. Постамат прост и удобен в управлении. Чтобы получить свою посылку, клиенту достаточно ввести код заказа на сенсорном экране терминала. Произвести оплату товара также можно на месте с помощью банковской карты, ApplePay, GooglePay или через систему быстрых платежей.

Сегодня более 700 постаматов OmniCDEK, управляемых с помощью POS-терминалов, установлены по всей России. К концу 2021 года компания планирует установить около 3000 таких устройств.

5

Описание крупнейших игроков и условия сотрудничества





ОПИСАНИЕ КРУПНЕЙШИХ ИГРОКОВ И УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

Практически все крупные игроки находятся в постоянном поиске партнеров для открытия ПВЗ или установки постаматов. Алгоритмы подключения у большинства из них схожие. Потенциальным партнерам предлагается обратиться через специальную форму или просто написать письмо. В ответ компании просят заполнить подробную анкету или несколько документов — с указанием паспортных данных и информации о точке выдачи. В некоторых случаях сначала запрашивают адрес, чтобы определить, насколько им подходит расположение.

После проверки информации компании либо отклоняют заявку — например, если по тому же адресу или поблизости у них уже есть пункт выдачи, — либо заключают договор. Практически во всех случаях это достаточно отлаженный процесс — с быстрой реакцией и заранее подготовленными документами.

В этом разделе мы собрали информацию о компаниях, которые развивают свои сети, и условиях работы с ними. Для всех компаний показаны общие размеры сетей (включая собственные и партнерские пункты, но не учитывая отделения Почты России).

Boxberry.....	48
CDEK.....	49
DPD.....	50
IML.....	51
Ozon.....	52
PickPoint.....	53
СберЛогистика.....	54
Wildberries.....	55



boxberry.ru/biznes-partneram

Boxberry — подразделение ГК «Урал-Пресс». С 2010 года работает на российском рынке как служба доставки.



Сотрудничество

Модель

Открытие ПВЗ на базе собственного или арендованного помещения.

Схема оплаты

По тарифу за выдачу заказов и прием посылок, комиссия за прием платежа. Также предусмотрены разные надбавки за достижение определенных показателей.

Возможность сотрудничества с другими компаниями

Рассматривается индивидуально в каждом случае.

Скорость ответа на запрос о сотрудничестве

Несколько часов.



Общий размер сети более **4100** точек

Требования



Помещение

Охраняемое помещение с видеонаблюдением. Более 20 м², пространство около 5 м² для хранения посылок. Необходимо использовать стандартный брендированный набор Boxberry для оформления.



Адрес

Есть требования.



Оборудование

- кассовый аппарат, соответствующий ФЗ 54,
- компьютер (ноутбук),
- камера видеонаблюдения,
- стойка для приема и выдачи посылок,
- стеллажи для хранения заказов,
- стабильный интернет (есть требования по скорости),
- сканер для считывания штрихкода (желательно),
- принтер со сканером,
- терминал эквайринга.



График работы

7 дней в неделю для МСК и СПб, остальные от 6/1.

Характеристики посылок и объемы



Размер посылок

Ограничение по габаритам: 1,2*0,8*0,5 (м).
Ограничение по весу: для отправки — 15 кг; для выдачи — 30 кг.



Средний чек

3500 рублей



Предполагаемый объем

От 300 заказов в месяц.



Срок хранения

7-14 дней с приемом платежа, до 30 дней по предоплате.



cdek.ru/ru/franchise/

СДЭК — одна из пяти крупнейших компаний на рынке экспресс-доставки. Основана в 2000 году. В 2009 году начала развитие франчайзинговой сети.

 **Общий размер сети более 2900 точек**

Сотрудничество

Модель

Открытие ПВЗ на базе собственного или арендованного помещения по франшизе. Необходим стартовый капитал (паушальный взнос, меблировка и оснащение по стандартам СДЭК).

Схема оплаты

Комиссия за логистические операции, прием, выдача, забор, доставка отправлений.

Возможность сотрудничества с другими компаниями

Нет, работа только со СДЭК.

Скорость ответа на запрос о сотрудничестве

На следующий день.

Требования

Помещение

Первый этаж, от 35 м² (в Москве — от 45 м²). Отсутствие пропускной системы и домофонов. Должна быть примерочная. Оформление по стандартам СДЭК.

Адрес

Не ближе двух километров от действующего офиса.

Оборудование

- телефон,
- компьютер,
- интернет,
- кулер.

График работы

Пн-пт: с 10 до 20,
сб-вс: с 10 до 18.

Характеристики посылок и объемы

Размер посылок

До 50 кг.

Предполагаемый объем

Площадь склада не менее 15 м².



www.dpd.ru/dpd/partnership/pickup.do2

DPD в России — часть международной сети DPDgroup. Один из лидеров на рынке экспресс-доставки.

 **Общий размер сети более 4600 точек**

Сотрудничество

Модель

Открытие ПВЗ на базе собственного или арендованного помещения по агентскому договору.

Схема оплаты

Оплата за прием/выдачу посылок, комиссия за прием наличной и безналичной оплаты.

Возможность сотрудничества с другими компаниями

Нет.

Скорость ответа на запрос о сотрудничестве

От 1 недели в случае заинтересованности.

Требования

Помещение

Не менее 5 м² для размещения стойки выдачи, 15-20 м² склад.

Необходимо разместить в торговом зале или на двери таблички или стикеры «DPD PICKUP».

Адрес

Открытый доступ для покупателей и курьеров..

Оборудование

- кассовый аппарат собственный или наемный,
- оргтехника: компьютер, принтер,
- стабильный интернет,
- электронный документооборот.

График работы

Не менее 6 дней в неделю.



iml.ru/p_programm

IML более 13 лет доставляет заказы всеми способами: курьерская доставка, пешие курьеры, пункты приема и выдачи заказов, постаматы; а также предлагает услуги фулфилмента.



Общий размер сети более 2400 точек



Сотрудничество

Модель

Открытие ПВЗ или постамата по агентскому договору.

Схема оплаты

По тарифу за выдачу заказов.

Возможность сотрудничества с другими компаниями

Есть.

Скорость ответа на запрос о сотрудничестве

Сразу.

Требования



Помещение

Не менее 15 м². Проверочный стол с розеткой, примерочная (или возможность ее организовать). Металлические стеллажи в складской зоне. Желательно наличие бесплатной парковки.



Адрес

Нет требований.



Оборудование

- кассовый аппарат, соответствующий ФЗ 54,
- компьютер,
- стабильный интернет,
- принтер или МФУ,
- терминал эквайринга.



График работы

В зависимости от расположения.

OZON

www.ozon.ru

Ozon — один из крупнейших российских маркетплейсов. С декабря 2020 предоставляет услугу доставки и магазинам, которые не размещают товары на маркетплейсе. Активно развивает сеть ПВЗ и постаматов.



Общий размер сети
более **12 100** точек



Сотрудничество

Модель

Открытие ПВЗ по агентскому договору.
Аренда постамата. Продажа готовых ПВЗ.
Два типа сотрудничества: «Максимум бренда» и «Точка роста».

Схема оплаты

Процент от оборота в зависимости от типа сотрудничества. Возможен заем.

Возможность сотрудничества с другими компаниями

Есть, но без использования стороннего брендинга.

Скорость ответа на запрос о сотрудничестве

На следующий день.

Требования



Помещение

«Максимум бренда»: помещение от 30 м², высота потолков не менее 2,5 метров. Примерочная, стол проверки заказов с розетками. Ремонт и ресепшен по брендбуку Ozon. Обязательно использование объемной вывески на фасаде и фирменное оформление стен.
«Точка роста»: помещение от 20 м², высота потолков не менее 2,5 метров. Примерочная, стол проверки заказов с розетками. Однотонные стены, белая стойка ресепшен. Объемная вывеска или панель-кронштейн на фасаде, баннер Ozon на одной из стен.
Охраняемое помещение с видеонаблюдением. Более 20 м², пространство около 5 м² для хранения посылок.



Адрес

Для ПВЗ — место с высокой проходимостью или рядом с остановками общественного транспорта, дальше 1 км от другого ПВЗ Озона. Для постамата: бизнес-центр, магазины формата «у дома», жилые комплексы, сетевые и локальные торговые точки, ТЦ по близости с жилыми массивами, продуктовые магазины, салоны связи, аптеки и т.д.



Оборудование

Для ПВЗ: кассовый аппарат, компьютер, интернет.
Для постамата: Наличие вблизи места установки розетки с заземлением 220В, уверенный прием сигнала сотовой сети.

Характеристики посылок и объемы



Размер посылок

Ограничение для постаматов:
по габаритам: 55*40*32 (см);
по весу: 10 кг.



Предполагаемый объем

Площадь склада
не менее 15 м².



График работы

7 дней в неделю, не менее 12 часов работы в день.



pickpoint.ru

Первая в России компания по доставке онлайн-заказов через постаматы, логистический сервис, обладающий большой сетью постаматов и пунктов выдачи.



Общий размер сети более 10 900 точек



Сотрудничество

Модель

Покупка постамата. Установка постамата по франшизе. Открытие ПВЗ по агентскому договору. Предоставление в аренду площади для установки постамата.

Схема оплаты

Вознаграждение с каждой посылки.

Возможность сотрудничества с другими компаниями

Есть.

Скорость ответа на запрос о сотрудничестве

Сразу.

Требования



Помещение

Для ПВЗ: от 10 м², рядом со входом в помещение.
Для постамата: от 1,8 м² вдоль стены.



Адрес

Крупные ТЦ, продуктовые магазины на первой линии улиц, крупные гипермаркеты, торговые точки, расположенные в легкодоступных для покупателей местах, в местах пересечения пассажиропотоков разных типов городского транспорта, отделения федеральных банков, жилищные комплексы и бизнес-центры, наличие вблизи ПВЗ места для парковки личного автотранспорта, HoReCa.



Оборудование

- электричество,
- интернет,
- компьютер,
- терминал для эквайринга,
- принтер,
- онлайн-касса для приема наличных средств.



График работы

Привлекательные часы работы торговой точки (например, с 8 до 22 часов), выдача заказов в выходные дни, круглосуточно.

Характеристики посылок и объемы



Размер посылок

Ограничение для постаматов:
по габаритам: 36*36*60 см;
по весу: 15 кг.



Предполагаемый объем

Хранение одновременно от 35 заказов.



sberlogistics.ru

Компания экосистемы Сбера, федеральный логистический оператор, предоставляет полный комплекс логистических услуг для частных и корпоративных клиентов, включая доставку курьером, через пункты приема и выдачи заказов и в постаматы. Компания располагает обширной инфраструктурой – собственной курьерской службой, сетью пунктов выдачи заказов и постаматов, расположенных в отделениях Сбера, а также автопарком и складскими площадями по всей стране.



Общий размер сети более 3500 только собственных точек



Сотрудничество

Модель

Открытие ПВЗ на базе собственного или арендованного помещения.

Схема оплаты

Фиксированные выплаты за каждый выданный и отправленный заказ.

Возможность сотрудничества с другими компаниями

Есть.

Скорость ответа на запрос о сотрудничестве

Сразу. Документооборот возможен через ЭДО.

[Оставить заявку на сотрудничество >](#)

Требования



Помещение

Собственное или арендованное помещение, расположенное в месте с высокой проходимостью и хорошей транспортной доступностью: в густонаселенном районе, недалеко от остановки общественного транспорта, в торговом центре. Свободный вход для курьеров и покупателей.

На входной двери или фасаде нужно разместить стикер с логотипом СберЛогистики.



Адрес

Есть требования.



Оборудование

- кассовый аппарат, соответствующий ФЗ 54,
- компьютер или планшет.
- ООО или ИП должно быть зарегистрировано более шести месяцев назад.

WILDBERRIES

www.wildberries.ru/services/franchise

Крупнейший российский маркетплейс. До 2020 года открывал только собственные ПВЗ. В 2020 году появилась возможность сотрудничества.



Общий размер сети более **22 000** точек



Сотрудничество

Модель

Wildberries предлагает контрагентам выкупить и принять в управление готовый пункт выдачи заказов. Стоимость определяется индивидуально, в зависимости от параметров ПВЗ. Договор заключается только с ИП или ООО, нужна электронно-цифровая подпись.

Схема оплаты

Ежемесячное вознаграждение в размере процента от выручки.

Возможность сотрудничества с другими компаниями

Есть, при условии сохранения бренда Wildberries.

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР ИССЛЕДОВАНИЯ



С 2010 года работает на рынке доставки. Сейчас региональная сеть Voxberry насчитывает 4000 отделений в 650 городах. Услуга курьерской доставки предоставляется в 1600 населенных пунктах.

Voxberry доставляет товары российских и зарубежных интернет-магазинов, посылки физических лиц. Компания осуществляет бесплатный возврат товаров в британский интернет-магазин Asos, а также является партнером по доставке социальной сети «ВКонтакте», Avito, «Юлы», «Ярмарки Мастеров» и других площадок-классифайдов.

В 2020 году Voxberry запустила доставку в страны СНГ: Казахстан, Беларусь, Киргизию.

Компания обеспечивает интернет-магазинам быстрое подключение и оперативный перевод денег за выданные заказы, бесплатно предоставляет готовые IT-решения для интеграции. Voxberry занимается предпочтковой обработкой: оформлением документов и упаковкой грузов, отслеживанием наложенного платежа и возвратов, при необходимости розыском и переадресацией отправок. Обработка грузов на терминале для отправки почтой занимает не более 24 часов.

Более 6700 российских и зарубежных интернет-магазинов регулярно отправляют заказы с Voxberry.

ПАРТНЕРЫ ИССЛЕДОВАНИЯ



5Post – это федеральный сервис доставки заказов из интернет-магазинов и маркетплейсов в пункты выдачи заказов и постаматы в универсамах «Пятёрочка». Мы работаем, чтобы процесс покупки товаров в интернет-магазинах максимально экономил время за счет удобной, доступной и надежной доставки в пункты выдачи рядом с домом. 5Post сегодня – это 13 000 пунктов выдачи заказов, находящихся рядом

с домом, охват более чем 2500 населенных пунктов и удобные часы работы. Мы помогаем бизнесу наших партнеров развиваться, предлагая ему широкий федеральный охват, высокое качество локаций, мультиформат выдачи заказов, доступ к 40 млн лояльных клиентов с высокой частотой посещений и контакта с брендом, мы также предлагаем низкие тарифы на наши услуги.



Международная логистическая компания СДЭК развивается в России по модели франчайзинга. Была основана в 2000 году в Новосибирске. Представлена более, чем 3300 офисов (из них более 2900+ офисов находятся в России) в 24+ странах мира, имеет 26 собственных филиалов. СДЭК — один из крупнейших партнеров компаний Аэрофлот и S7. Охватывает все группы доставки, является одним из лидеров в отрасли B2C в России. Осуществляет более 300 000 доставок ежедневно.

У компании более 1 000 000 клиентов, среди которых физические лица, крупные интернет-магазины, компании, ведущие документооборот, производители товаров. Сегодня компания предоставляет полный комплекс логистических услуг для бизнеса и конечных потребителей по доставке документов и грузов, интернет-покупок и личных посылок в 250+ стран. Собственники компании — Леонид Гольдорт, Вячеслав Пиксаев и Евгений Цацура.



PickPoint — провайдер логистических услуг полного цикла для доставки онлайн-заказов. К сети PickPoint подключено более 10 тысяч онлайн-ритейлеров.

PickPoint предлагает полный цикл доставки от «первый мили» — получения заказов со склада интернет-магазина, фулфилмент-оператора или из офлайн-магазинов ритейлера и до «последней мили» — этапа получения онлайн-заказа получателем в каждом регионе России через сеть из более 13 500 постаматов и пунктов выдачи заказов (по данным на апрель 2021 года). Интернет-магазин может сдать отправленные в любом областном центре.

Сервис PickPoint представлен в 710 населенных пунктах, и доступен для 85% экономически активного населения страны.

Собственные сортировочные центры PickPoint расположены в Москве, Московской области и на территории Санкт-Петербурга. Общая площадь комплексов составляет 14 500 кв. м., с мощностью для обработки до 200 000 отправок ежедневно.

Экосистема PickPoint построена на базе собственных ИТ-решений, и включает в себя постаматы PickPoint, «Халва» и 5Post. Через систему PickPoint доступны пункты выдачи заказов «Ростелеком», VoxBerry, Pick-UP.ru, сети магазинов Westfalika, салоны «Мегафон», «Ситилинк», МТС и другие.

PickPoint — пионер российского рынка постаматов, в 2010 году установивший первый в стране терминал.



АНАЛИТИЧЕСКОЕ АГЕНТСТВО DATA INSIGHT

Основанная в 2010 году, компания специализируется на исследованиях интернета и в интернете.

Наша ключевая компетенция – анализ неоднородной информации, поиск источников, сопоставление различных данных, порой несовместимых. Все данные, которые мы выпускаем на рынок, проверяются различными методиками таким образом, чтобы получить непротиворечивые результаты.

Ключевые направления исследований:



Электронная коммерция, включая материальные товары, туристические и образовательные услуги, поведение потребителей в интернете и в мобильном интернете.



Сервисы и услуги для электронной коммерции, инфраструктура и экосистема интернет-торговли.



Стартапы и инвестиции в интернет-стартапы, инвестиционные фонды.



Интернет-реклама, сервисы для интернет-рекламы, технологии интерактивной рекламы, поведение аудитории интернета.

НАШИ КЛИЕНТЫ:



Услуги, которые мы оказываем:



Исследование для интернет-компаний, инвестиционных компаний, сервисов и пр. по запросу

Примеры исследований уточните у нас напрямую или приходите с задачей, а мы подумаем, как ее решить



Предоставление готовых отчетов по различным сегментам

Список существующих отчетов Вы можете уточнить у нас на сайте или по телефону



Презентационные исследования

Исследования/контент-продукты для информационной поддержки компании и запуска новых продуктов



Консультации интернет-проектов

Консультируем на разных стадиях по вопросам стратегии развития, маркетинга, технологиям



Мониторинг новостей

Следим за новостями электронной коммерции, интернет-рекламы, технологических стартапов



+7 (495) 540-59-06

a@datainsight.ru

www.datainsight.ru

дополнительные контакты - www.datainsight.ru/contacts

ИССЛЕДОВАНИЯ DATA INSIGHT ПО ЛОГИСТИКЕ

РЫНОК ЛОГИСТИКИ ДЛЯ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ 2019

Категория доставки	2019, млн посылов	2019, доля от всего рынка	2018, млн посылов	Изменение 2019 к 2018
Почта России	95	20%	90	6%
Логистические компании, ВСЕГО	441	90%	420	18%
Логистические компании, до двери	54	13%	50	10%
Логистические компании, в ТБЗ и постаматы	97	18%	59	47%
Собственные службы магазинов (кроме Wildberries), ВСЕГО	82	17%	67	22%
Собственные службы магазинов, до двери	14	3%	48	-70%
Собственные службы магазинов, в ТБЗ и постаматы	68	14%	19	256%
Wildberries, ВСЕГО	153	32%	73	108%
Wildberries, до двери	15	3%	19	-47%
Wildberries, в ТБЗ	138	29%	55	151%
ВСЕГО	471		350	35%

Факторы роста, партнер Data Insight
Роман Тихонов, генеральный директор OCS

Сергей Мельник, генеральный директор СберЛогистика

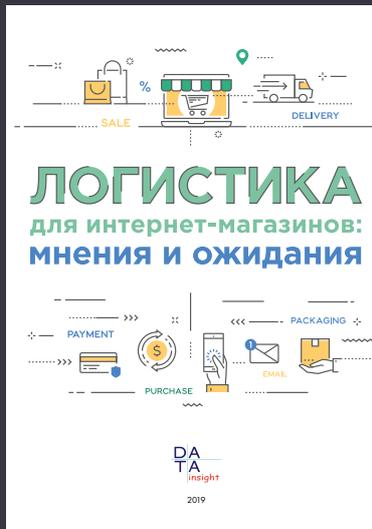


Фулфилмент для электронной торговли

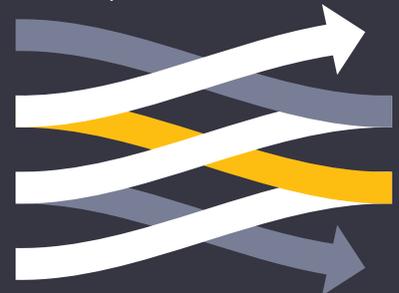


Ноябрь 2020

DATA insight



Доставка крупногабаритных товаров



Июль 2020

DATA insight

Генеральный партнер DOSTAVKA с.о.о.о.

В 2021 ГОДУ ТАКЖЕ ВЫЙДУТ
"Срочная доставка", "Последняя миля",
"Фулфилмент 2021", "Логистика 2021",
"Логистические услуги для интернет-магазинов:
мнения и ожидания клиентов"