

Логистика в e-commerce. Последние тренды и важный выбор: in-house или outsourced

Мырза Сокуров, Директор

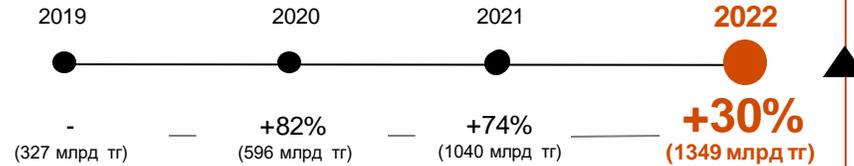
Кристина Морева, Старший менеджер



Основные показатели рынка розничной электронной коммерции в РК за период 2019 - 2022 год

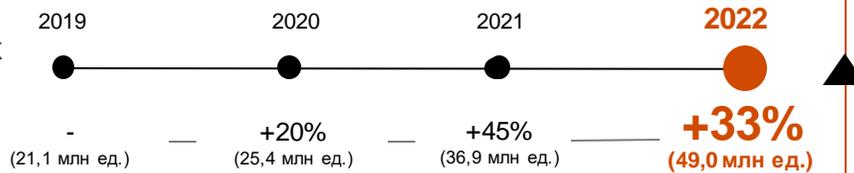
01

Объем рынка розничной электронной коммерции



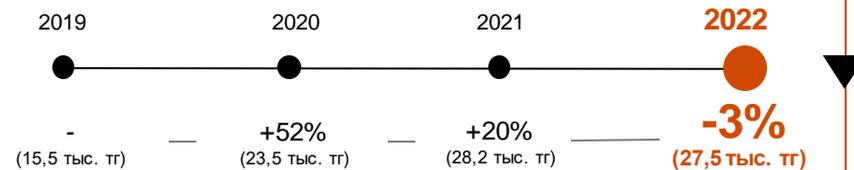
02

Количество совершенных транзакций розничной электронной коммерции



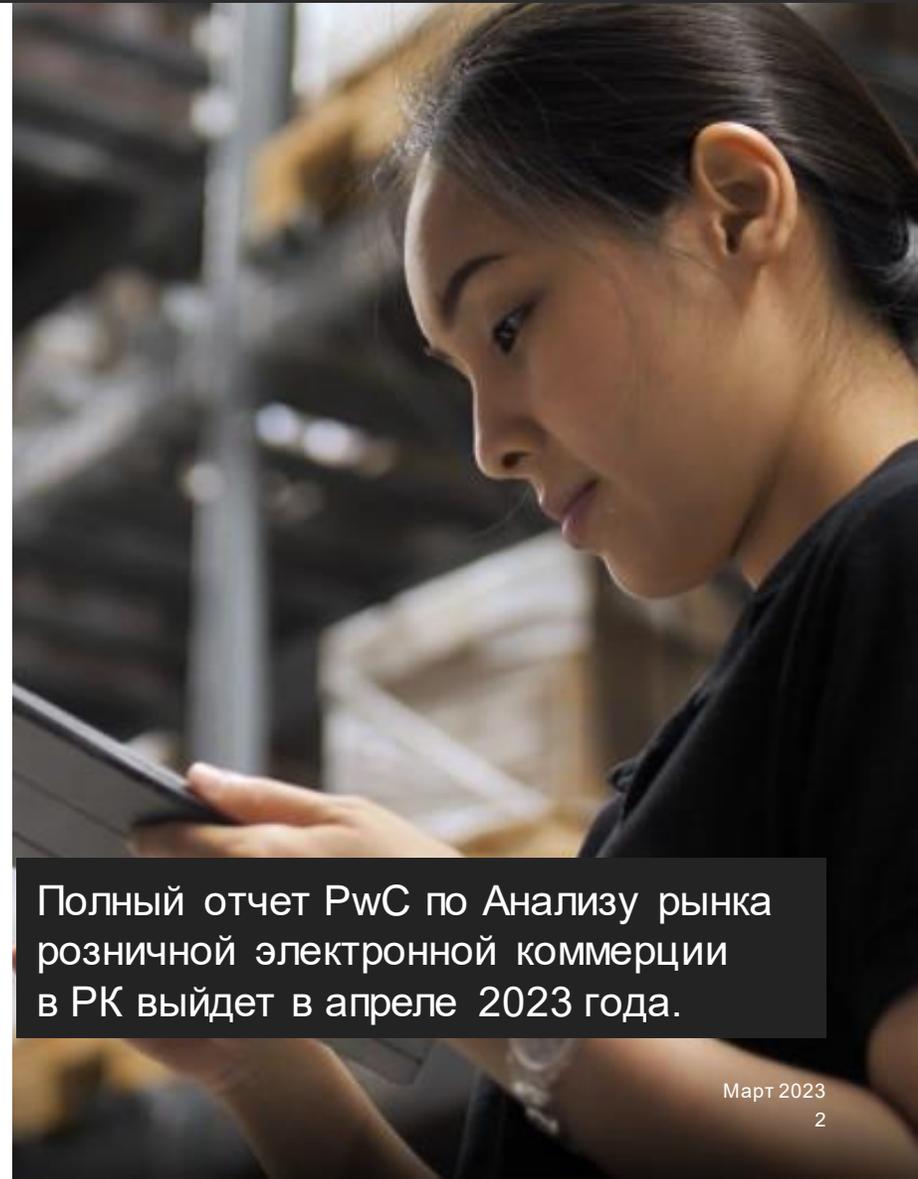
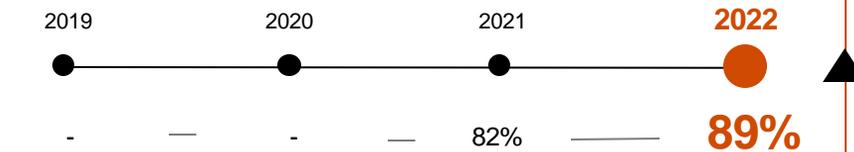
03

Сумма среднего чека



04

Доля продаж с маркетплейсов от розничной электронной коммерции в Казахстане



Полный отчет PwC по Анализу рынка розничной электронной коммерции в РК выйдет в апреле 2023 года.

Рынок e-commerce как во всем мире, так и в Казахстане, активно растет, в основном за счет маркетплейсов

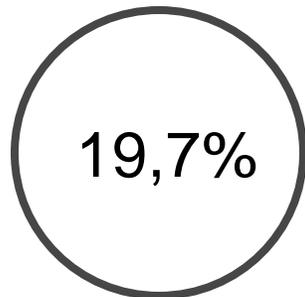
Доля e-commerce в рознице

Доля маркетплейсов

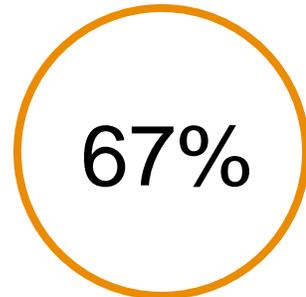
Мир



2017



2022

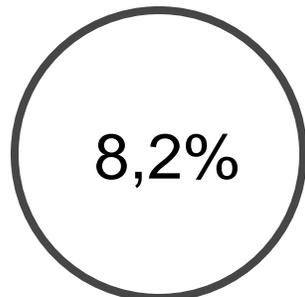


2022

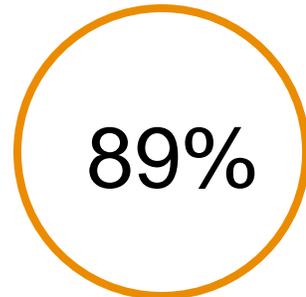
Казахстан



2019



2022



2022



Растущее присутствие маркетплейсов



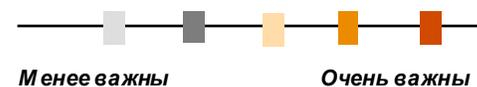
Изменение платежного поведения



Новые модели в доставке

В зависимости от выбора ключевых категорий маркетплейса и e-com платформы важно правильно выбрать подход в логистике и ассортименте

	FMCG	Продукты	Косметика\ уход	Одежда и аксессуары	Техника	Мебель и декор
Логистика						
Доставка день-в-день	High	High	Medium	Low	Low	Low
Доставка в течение 2х дней	High	High	Medium	Medium	Low	Low
Бесплатная доставка	Low	Low	Low	High	High	High
Пункты выдачи	Low	Low	High	High	Low	Low
Click & Collect	High	High	Medium	Low	Low	Low
Возвраты	Medium	Medium	Low	High	Medium	Medium
Ассортимент						
Широкий ассортимент	Low	Low	High	High	High	High
Упаковка	Low	Low	High	Medium	Medium	Low
Пробники продукта	Medium	Medium	Medium	Low	Low	Low



Логистика становится одним из ключевых компонентов маркетинг-плейса, который определяет решения покупателей по выбору маркетинг-плейса

Мир

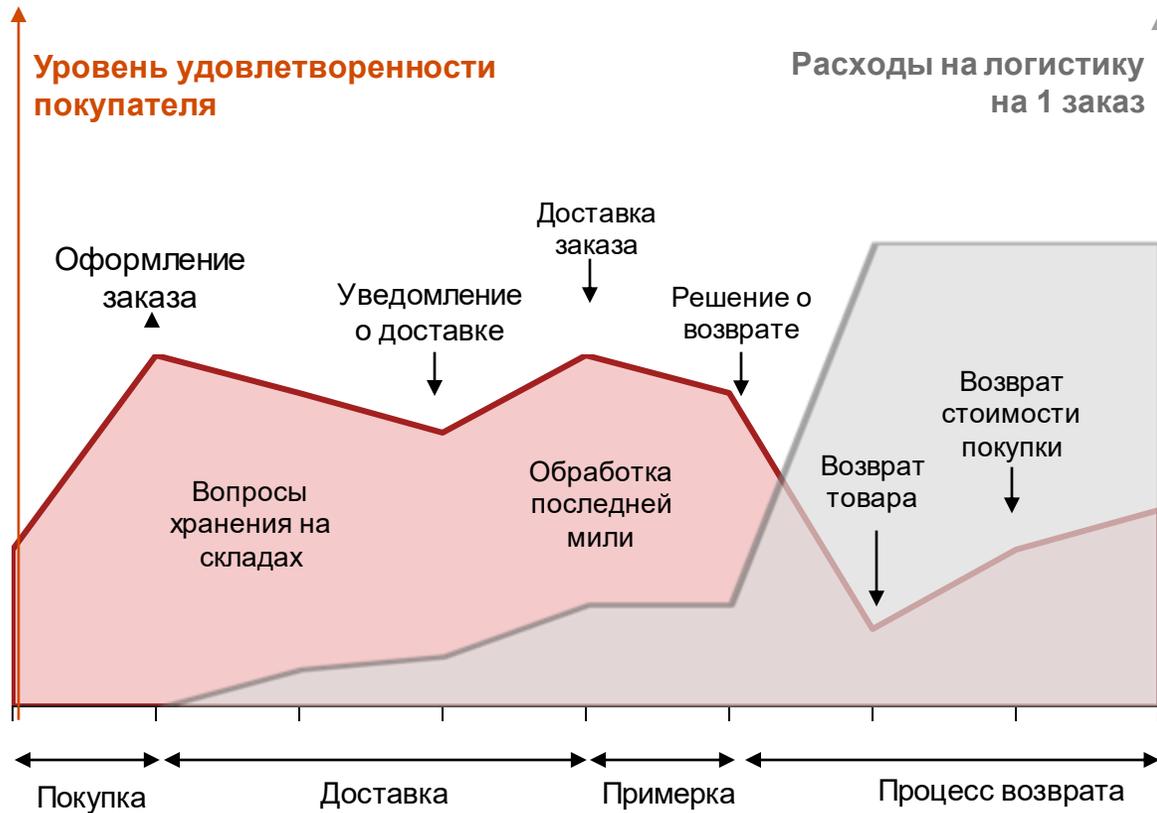


Казахстан



При этом удовлетворенность клиента маркетплейсом напрямую зависит от процесса доставки и возврата товара

Путь покупателя и расходы на логистику



Логистику можно выстроить несколькими способами, где ключевыми различиями станут уровень контроля и, как следствие, риск репутации

Подходы к организации логистики

1

Внутренние ресурсы

- Построение собственной службы логистики с нуля
- Покупка логистического оператора

Полный контроль
Низкий риск репутации

2

Внешние ресурсы

- Аутсорс логистических функций у 3PL компаний
- Доставка силами продавца

Отсутствие контроля
Высокий риск репутации

2

Микс

- Внутренняя логистика + партнерства

Относительный контроль
Относительный риск репутации

Из топ-30 мировых маркетплейсов 80% организуют функцию фулфилмента самостоятельно и 70% аутсорсят доставку последней мили

Причины для развития собственного фулфилмента

- 1 Полный контроль и минимизация ошибок
- 2 Возможность масштабироваться
- 3 Дополнительный источник дохода

Примеры собственной логистики и фулфилмента



Причины для аутсорса доставки последней мили

- 1 Обширная сеть точек выдачи в разных регионах
- 2 Обширные каналы межрегиональной доставки
- 3 Отсутствие необходимости собственного автопарка и курьеров

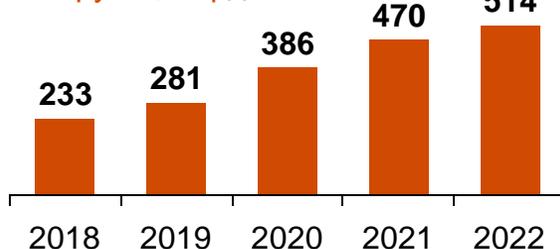
Примеры аутсорса последней мили



Лидеры рынка, такие как Amazon и Lamoda, выстраивают собственную логистику для более лучшего удовлетворения потребностей клиента и роста

amazon

Выручка, млрд USD



30%

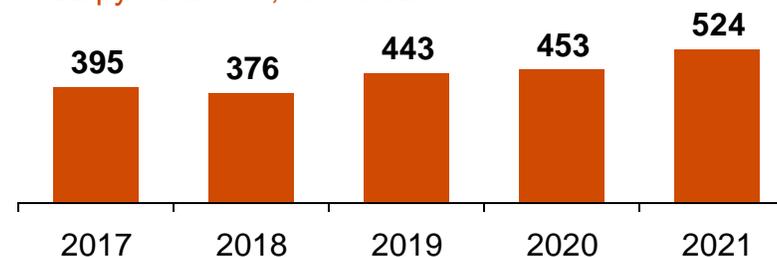
Дохода от логистики

80%

Мерчантов используют доставку Amazon

Lamoda

Выручка в СНГ, млн USD



Рост

Организация последней мили

- Предполагаемые покупки отправляются в ближайший к покупателю склад.
- На данный момент на Amazon существует 4 вида доставки
- Большинство поставок осуществляются на условиях субподряда. Но цель - разработать собственный сервис, чтобы доставлять 50% заказов заранее.
- Приобретение 20 000 фургонов для перепродажи мелким предпринимателям, которые будут заниматься поставками для Amazon, под названием Amazon Flex Kit.

- Собственная служба доставки (LM Express)
- Доставка действует в 15 крупных городах Казахстана.
- LM Express обслуживает 40 населенных пунктов Республики Казахстан
- Гибкая система доставки, которая позволяет Lamoda максимально точно осуществлять доставку вовремя
- Пункт самовывоза Lamoda Point
- Партнеры торговой площадки имеют возможность использовать свою доставку
- Доставка в отдаленные районы осуществляется через Казпочту.

У ключевых маркетплейсов и игроков e-com в Казахстане услуги логистики ограничены

Наличие функций логистики у маркетплейсов в Казахстане

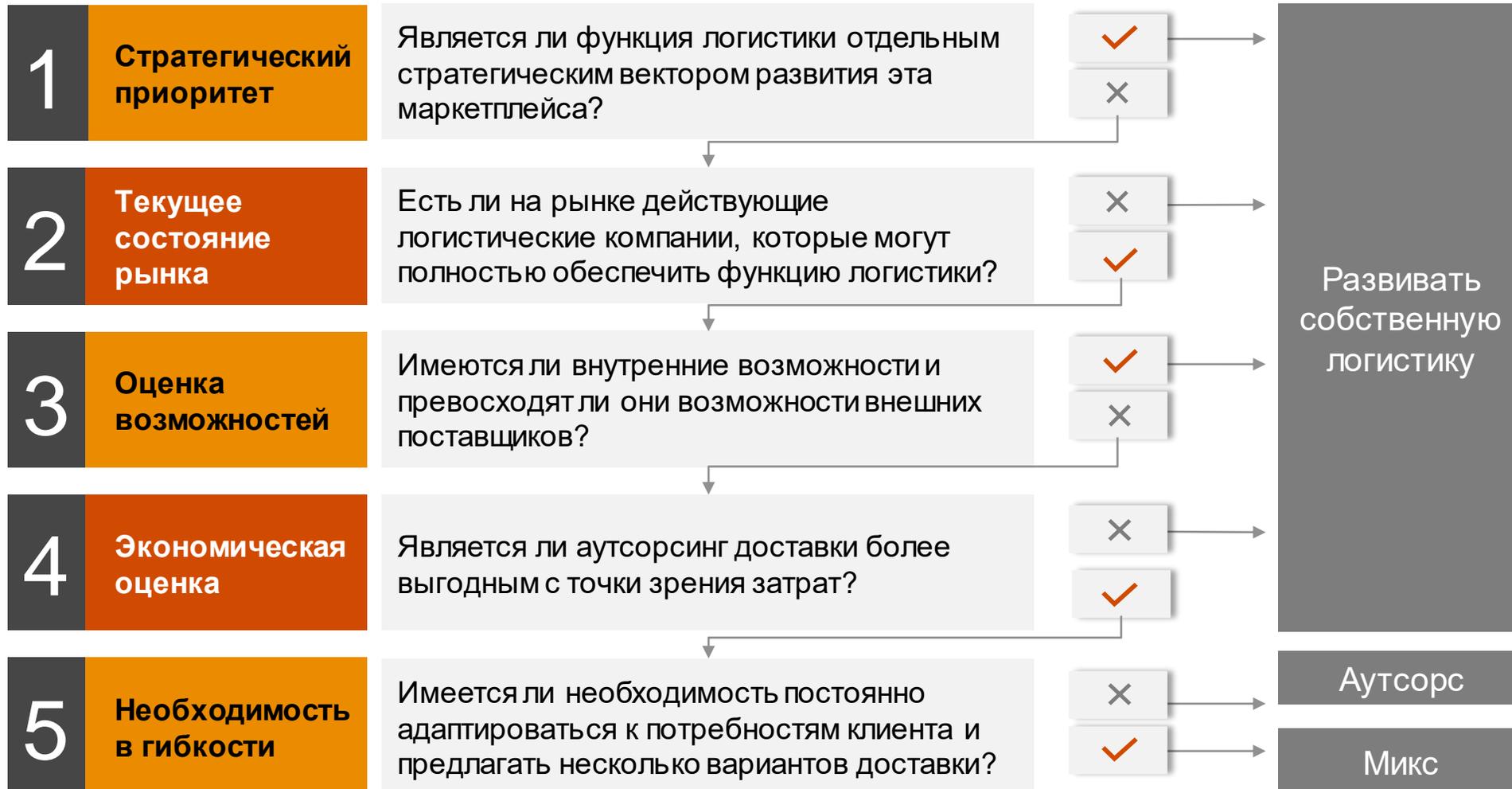
Фулфилмент для мерчантов	В процессе разработки у нескольких игроков
Собственная логистика	43% игроков
Доставка силами продавца	100% игроков
Доставка через Казпочту	100% игроков
Партнерство с 3PL	28% игроков

Комментарии

- Большие расстояния в Казахстане затрудняют организацию внутренней торговли для ретейлеров.
- Для выхода в регионы нужно запускать сеть доставок — собственную или через партнеров.
- Собственная логистика как в части фулфилмента, так и в части последней мили станет не только **конкурентным преимуществом** для маркетплейсов, но и **позволит оказывать услуги 3im лицам**.



Для определения способа организации логистики для маркетплейса и e-commerce важно определить внутренние capabilities и внешние реалии рынка



Контакты



Мырза Сокуров
Директор

- PwC Eurasia Director
- Expert in strategy and operations development & execution
- Focus on logistics, incl. logistics in e-com

 Myrza.x.sokurov@pwc.com

 +7 702 950 01 00



Кристина Морева
Старший Менеджер

- PwC Eurasia Senior Manager
- E-commerce, FS and ecosystem strategies

 Kristina.m.moreva@pwc.com

 +7 777 288 2805



Спасибо!