

Шестакова Маргарита Владимировна

преподаватель

Красноярский филиал ФГОБУ ВО «Финансовый университет

при Правительстве Российской Федерации»

г. Красноярск, Красноярский край

ПЛАТФОРМЫ ОНЛАЙН-ДОСТАВКИ И ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ: ВЛИЯНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПЛАТФОРМ НА РОСТ E-COMMERCE

***Аннотация:** статья посвящена вопросу анализа трансформации российского рынка электронной коммерции под влиянием развития логистических платформ. Рассматривается роль инновационных решений в управлении доставкой на этапе «последней мили», оценивается их вклад в масштабирование e-commerce и изменение паттернов потребительского поведения. На основе данных российского рынка выделяются ключевые факторы эффективности современных логистических экосистем.*

***Ключевые слова:** платформы, рынок, онлайн-доставка, маркетплейсы, e-commerce, логистические платформы.*

Российский рынок электронной коммерции демонстрирует устойчивый рост, который в значительной степени обусловлен развитием инфраструктуры доставки. Логистические платформы, такие как Яндекс.Лавка, СберМаркет, Ozon, Wildberries и агрегаторы (Delivery Club, Yandex.Eda), стали драйверами трансформации потребительских привычек и городской логистики.

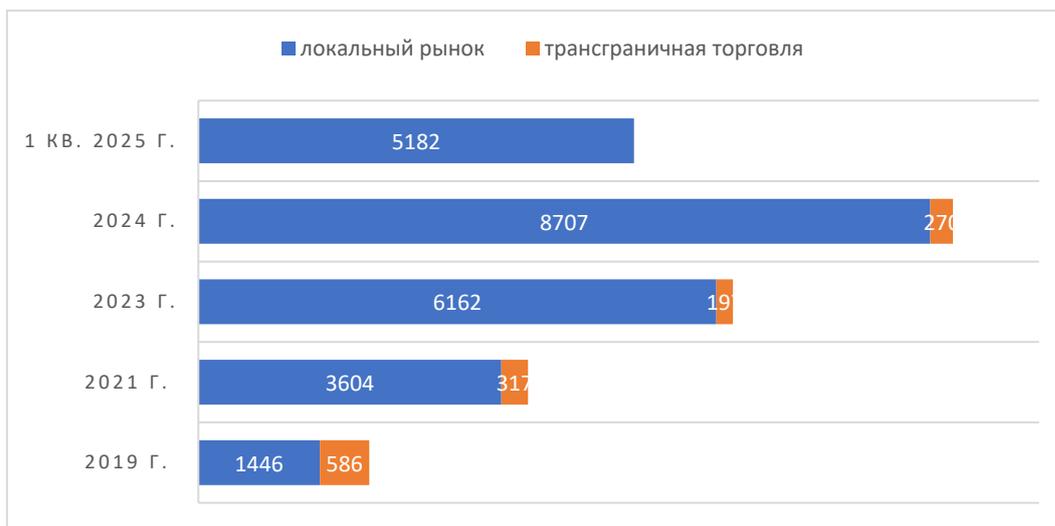


Рис. 1. Российский рынок интернет – торговли за 2019–2025 гг., млн руб.

В последние годы российский рынок e-commerce демонстрирует двузначные темпы роста, что обусловлено не только цифровизацией ритейла, но и качественным скачком в логистических технологиях. Логистика перестала быть просто вспомогательной функцией и превратилась в ключевое конкурентное преимущество. Центральное место в этой трансформации занимают платформенные решения, которые интегрируют продавцов, курьерские службы и конечных потребителей в единую цифровую экосистему.

Средний показатель проникновения e-commerce в общую розницу составил 16,2%, однако в отдельных субъектах РФ цифровые продажи развиты гораздо сильнее. Лидерами по доле онлайн-покупок стали Чукотский АО (38%), Республика Алтай (26%) и Магаданская область (25%). В Камчатском крае, Калужской, Мурманской областях, Карачаево-Черкесии и Тыве этот показатель достигает 23%, а в Вологодской, Владимирской областях и Карелии превышает 20%.

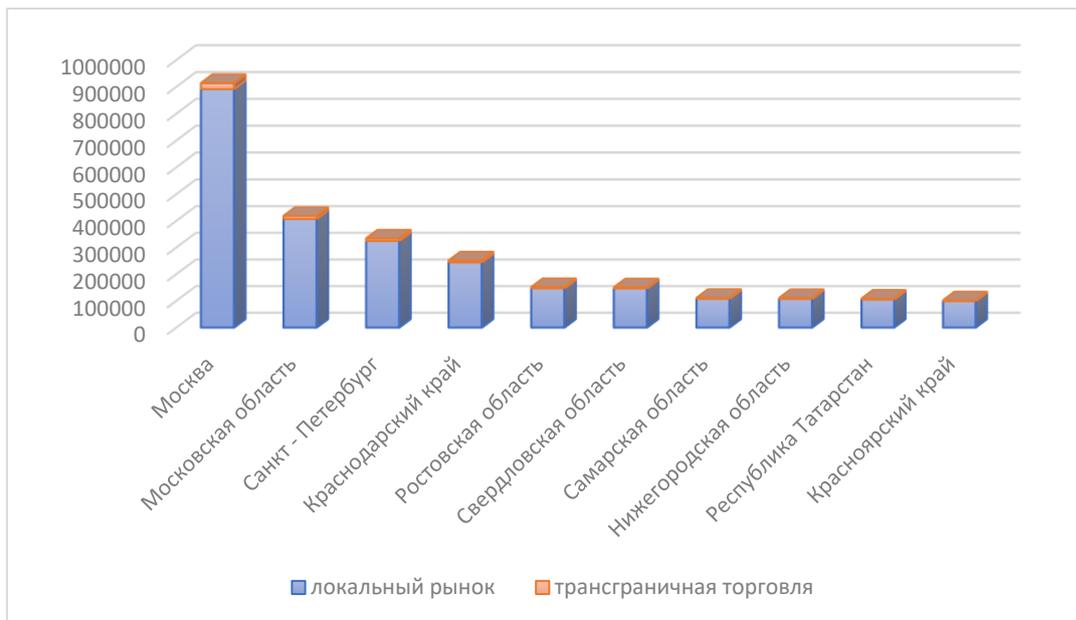


Рис. 2. Региональное распределение интернет-торговли за 1 полугодие 2025 г.

Состав десяти крупнейших регионов по объемам продаж остается стабильным, хотя вклад мегаполисов постепенно снижается из-за роста активности в провинции. За первое полугодие 2025 года Москва удерживает первенство, но ее доля сократилась до 17,2% (против 17,7% ранее). Московская область занимает вторую позицию с 7,9%, а Санкт-Петербург замыкает тройку лидеров с показателем 6,3%. В список крупнейших рынков также входят Краснодарский край (4,7%), Ростовская (2,8%) и Свердловская (2,8%) области, а также Нижегородская, Самарская области, Татарстан (около 2% каждый) и Красноярский край (1,9%).

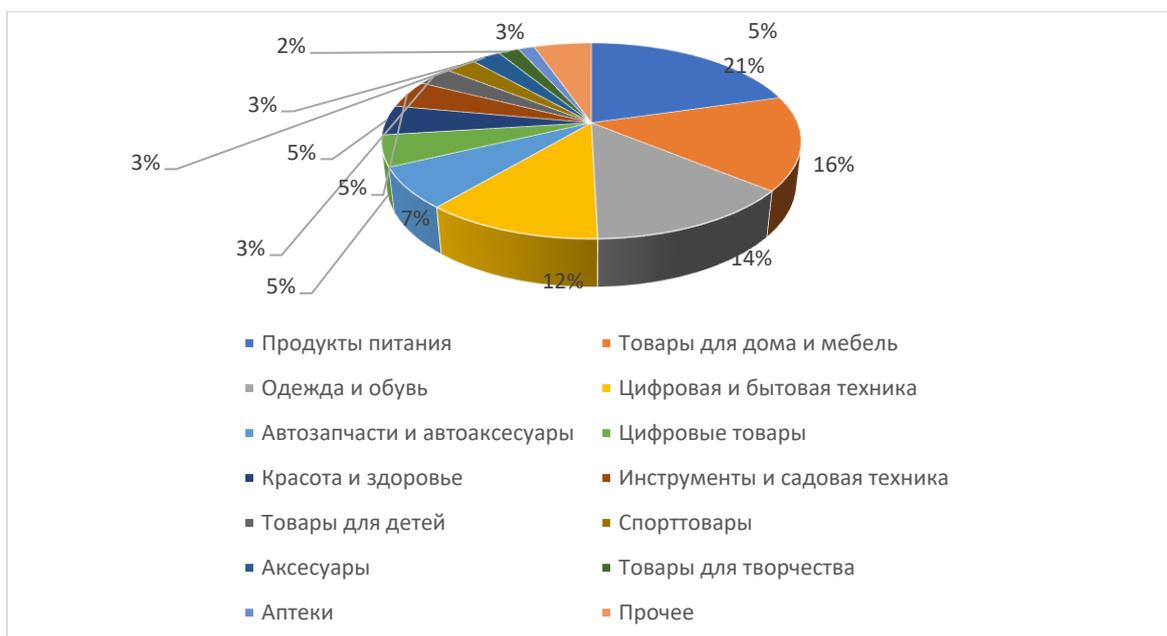


Рис. 3. Распределение по товарным категориям на локальном рынке за 1 полугодие 2025 г.

Наиболее популярные категории у российских покупателей: продукты питания 21%, товары для дома и мебель 16%, одежда и обувь 14%. В категорию прочие (менее 1,5%) вошли зоомагазины, ювелирные изделия и часы, прочие товары, подарки и цветы и составили 5,3%

Платформы доставки в e-commerce можно условно разделить на четыре класса:

– маркетплейс-логистика (integrated fulfillment): платформа хранит товары (fulfillment), принимает заказ, комплектует и доставляет (частично собственными силами, частично через партнеров);

– агрегатор доставки: платформа соединяет продавца и перевозчика/курьера, предоставляя IT-инструменты (назначение, трекинг, SLA, платежи), но не обязательно владеет складом;

– Q-commerce: ультрабыстрая доставка (обычно 15–60 минут) за счет городской сети микроскладов (dark stores) и высокочастотных курьерских операций;

– омниканальная доставка ритейлера: интеграция магазинов как мини-складов (ship-from-store), самовывоз, постаматы и доставка «день-в-день».

Маркетплейсы – главный канал сбыта на российском рынке электронной коммерции.

Российские маркетплейсы (Wildberries, Ozon, Яндекс Маркет) и специализированные сервисы доставки (СберМаркет/Купер, Самокат) создали инфраструктуру, которая позволила малому и среднему бизнесу выйти на федеральный уровень.

Что касается распределения по обороту продаж, на трех ведущих маркетплейсах страны сосредоточена основная масса торговой деятельности. Среди 486 тысяч активных продавцов наиболее востребованной платформой для ведения бизнеса остается Wildberries, которую предприниматели чаще всего указывают в качестве своего базового канала продаж.

Логистические платформы решают проблему «барьера входа», предоставляя готовую цепочку поставок. Это привело к децентрализации торговли: товары стали доступны в отдаленных регионах с той же скоростью и стоимостью, что и в крупных мегаполисах. Платформенная модель управления запасами и распределения заказов минимизирует издержки на хранение и транспортировку.

Развитие логистических платформ сформировало новые стандарты потребления:

- эффект мгновенного удовлетворения: сокращение сроков ожидания сделало онлайн-покупки альтернативой походу в ближайший магазин;
- требование прозрачности: возможность отслеживания заказа в реальном времени (real-time tracking) стала обязательным условием лояльности клиента;
- гибкость возвратов: упрощенная процедура возврата через платформенные решения снизила риск покупки в интернете, увеличив средний чек и частоту заказов.

Несмотря на успехи, сектор сталкивается с рядом вызовов: дефицит кадров в сегменте линейного персонала (курьеры, складские рабочие), рост стоимости складской недвижимости и необходимость экологической трансформации (утилизация упаковки).

Перспективным направлением является дальнейшая автоматизация и роботизация складов, а также использование беспилотных технологий (роверы-доставщики), которые уже проходят тестирование в крупных российских городах.

Логистические платформы являются фундаментом современного российского e-commerce. Эффективное решение проблем «последней мили» не только стимулирует рост товарооборота, но и радикально меняет городскую инфраструктуру и социальные привычки населения. Дальнейшее развитие рынка будет зависеть от способности платформ балансировать между скоростью доставки, операционной эффективностью и удержанием стоимости услуг для конечного потребителя.

Список литературы

1. Ассоциация компаний интернет-торговли (АКИТ). Статистика российского рынка электронной коммерции за первое полугодие 2025 года. – М.: АКИТ, 2025.
2. Смирнова Е.В. Модели доставки в e-commerce: от маркетплейсов до q-commerce: монография / Е.В. Смирнова. – М.: Инфра-М, 2024.
3. Яковлев А.А. Логистические платформы как драйвер роста электронной коммерции / А.А. Яковлев, С.И. Петров // Логистика и управление цепями поставок. – 2023. – №4. – С. 45–58.
4. Федеральная служба государственной статистики (Росстат). Розничная торговля и электронная коммерция в России: статистический сборник. – М.: Росстат, 2025.