

Экономическая оценка перспектив развития рынка доставки товаров

**Михеева Анастасия Валерьевна,
Котелянец Оксана Сергеевна,
Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»,
115409, Москва, Каширское ш., 31**

В статье рассмотрена историческая справка развития служб доставки. Авторами проводится анализ роста популярности служб доставки, рейтинг служб доставки, а также рассмотрены некоторые финансовые показатели за 2020 год компаний, осуществляющих доставку продуктов и товаров. В статье было выявлено зависимость развития человечества от потребности в обслуживающих компаниях в части доставки товаров. Также в статье приведены мнения авторов о том, каковы текущие условия курьерского персонала, какие новшества необходимо вводить. В статье приведены конкретные мероприятия, которые будут содействовать эффективному развитию курьерских служб.

Ключевые слова: курьерские службы, рейтинг, потребности, выручка, сервис-партнер.

JEL коды: D21 L21, O10.

Economic assessment of the prospects for the development of the goods delivery market

**Mikheyeva Anastasiya Valeryevna,
Kotelyanets Oksana Sergeyevna,
National Research Nuclear University "MEPhI",
115409, Moscow, Kashirskoe shosse, 31**

The article considers the historical reference of the development of delivery services. The authors analyze the growing popularity of delivery services, rating of delivery services, as well as consider some financial indicators for 2020 of companies delivering products and goods. The article revealed the dependence of the development of mankind on the need for service companies in terms of the delivery of goods. The article also contains the opinions of the authors on what the current conditions of courier staff are, what innovations need to be introduced. The article contains specific events that will contribute to the effective development of courier services.

Keyword: delivery services, rating, needs, total revenue, service-partner.

Введение

Курьерская доставка достаточно популярна сегодня. В 2020 году, в связи с распространением коронавирусной инфекции, множество сфер, которые не использовали доставку, ощутили особую нужду в данных услугах.

XXI век – это век информации, цифровизации, ускорения темпа жизни и внедрения инноваций во все сферы жизни населения. Актуальность работы подтверждается развитием в 2020 году такого явления, как доставка продуктов. В связи с острой эпидемиологической ситуацией, которую пережил весь мир, люди были вынуждены ограничивать свои передвижения, а сервис доставки продуктов оказался не просто приятным бонусом, но необходимостью.

Цель работы заключается в подробном рассмотрении существующего рынка доставки продуктов, на основании которого будут выделены перспективы его развития. Научная новизна работы состоит в предложении перспектив развития данной отрасли с целью обеспечения людей новыми рабочими местами.

В работе используются исторические справки о развитии курьерских служб, а также данные, опубликованные в СМИ [6] о финансовых показателях служб доставки в 2020 году. Также в статье раскрыты мнения о службах доставки [2, с. 4], представлен анализ цифровизации курьерской службы [4, с. 31-33], рассмотрены варианты сокращения затрат на обслуживание персонала курьерских служб [3, с. 121-122], рассмотрены особенности курьерской работы [6, с. 75-77] и мнения о том, как сделать работу более эффективной. В статье используются теоретические методы исследования, в частности: анализ и синтез, метод дедукции.

Основная часть

Стоит отметить, что первое упоминание о пешей доставке относят к XVII в. В Древней Греции гемедромами называли тех, кто в мирное время передавал письма, а в военное время это были люди, которые передавали приказы от полководцев подчиненным. Курьеры в то время должны были быть вооружены, потому что не всегда доставление посылок и поручений происходило в мирное время. Вооружение было в виде лука, что позволяло

обеспечить высокую подвижность курьера. В Риме в свое время были пешие курьеры, относящиеся к элитной части населения. Курьеры находились на службе государства и у представителей правящих классов [7].

С развитием технологий методы доставки также совершенствовались. В Индии и Китае стали вводить конную доставку, которая была намного быстрее пешей. Во Франции в середине XV в. начала формироваться почтовая служба с штатом курьеров после изданного указа Короля Людвига XI. В то же время в Англии появились почтовые станции, созданию которых способствовал Эдуард I.

В России сегодня люди повсеместно пользуются услугами курьерской службы. Ниже в табл. 1 представлен рейтинг самых востребованных и популярных служб доставки. Все эти службы имеют практически идентичный функционал, однако по некоторым критериям различаются.

Таблица 1

Рейтинг курьерских служб

Место в рейтинге	Наименование
8	EMS – Почта России
7	ПЭК
6	DPD – Транспортная компания
5	DHL – Транспортная компания
4	Деловые Линии
3	PONY EXPRESS
2	СДЭК
1	Voxberry

Источник: [5].

Table 1

Rating of courier services

Place in the rating	Name of the company
8	EMS
7	ПЭК
6	DPD
5	DHL
4	Business Lines

3	PONY EXPRESS
2	SDEC
1	Boxberry

Source: [5].

Сегодня все чаще люди стали заказывать не только предметы быта, подарки, мебель и тому подобное, но и еду. Популярность данного вида доставки поднялась в 2020 году, когда люди должны были все время проводить дома, не выходя на улицу. Согласно данным СМИ [10], в тройку рейтинга лучшего сервиса доставки еды входят Delivery Club, ZakaZaka, Яндекс.Еда. Delivery Club является самым популярным сервисом, который искали в поиске на страницах интернет. Яндекс.Еда знаменита тем, что среднее время доставки не превышает 45 минут. ZakaZaka предоставляет бонусное меню, а также меню по категориям, что впечатляет потенциальных клиентов.

В 2020 году люди также стали больше времени уделять здоровью из-за превалирования сидячего малоактивного образа жизни. В свою очередь, спортивные залы и фитнес-клубы почувствовали необходимость в проведении дистанционных спортивных тренировок для того, чтобы поддержать статус общества и удержать финансовые показатели. Наравне с фитнес-клубами некоторые компании по доставке еды перепрофилировались в осуществление продажи и доставки здорового питания, линии спортивного питания и продуктов из натуральных ингредиентов [1, с.117]. Стоит отметить, что часто однородные сферы организуют содружество. Так, например, фитнес-клуб FitStars осуществлял, помимо дистанционных тренировок, рекламу фитнес-продуктов от компании Grow Food. В рейтинге лучших магазинов доставки здорового питания на первом месте отмечается General Food, на втором месте – Just for you, а на третьем месте – BeFit.

Примечательно то, что за март 2020 года компания Delivery Club смогла сделать заказов на 88% больше, чем в марте 2019 г. В СМИ опубликована информация о том, что компании, осуществляющие доставки, смогли увеличить показатели выручки от 2 до 4 раз.

2020 год показал, что привычки людей могут измениться при изменении их привычного образа жизни. Однако потребность в питании всегда будет у людей. Данная потребность является физиологической потребностью человека.

Курьерские службы имели успех в кризисный год потому, что осуществляли доставку необходимых товаров и услуг, сократив время ожидания, время на доставку, увеличив надежность бесконтактной доставки. Стоит отметить, что масштабирование бесконтактной оплаты также повлияло на рост потребности в курьерских службах. Благодаря росту спроса на курьерские службы компании смогли увеличить количество рабочих мест, а также улучшить условия труда, внося новшества в работу курьеров (использование автомобилей, самокатов для доставки продуктов, отличительной одежды курьеров, системы доставки горячей пищи и т.д.).

Лазич Ю.В. и Антонова В.А. [4, с. 31-33] в своей статье отмечают улучшение курьерской доставки за счет использования цифровой краудсорсинговой платформы, что позволяет объединить клиентов, которым нужно получить заказ. В этой связи один курьер может обслужить клиентов в одном районе. Авторы отмечают, что цифровизация доставки имеет достаточно много взлетов и падений, начиная с 2005 г., когда Amazon, Google и DHL создали проекты по доставке продуктов дронами.

Кузнецов В.С. [3, с. 121] говорит о таких вещах, как оптимизация затрат на персонал. В этой связи курьерские службы могут либо иметь постоянный штат сотрудников, либо нанимать в виде аутсорсинга или аутстаффинга. Для сокращения издержек, отмечает автор, можно также пересмотреть способ оплаты труда (например, KPI, то есть сколько заказов курьер доставил – такая зарплата и будет у курьера). Автор подчеркивает, что несмотря на широкий сектор возможностей аутсорсинга, работодатели сегодня хотят увеличивать нагрузку на действующий персонал [3, с. 122] вместо приема новых сотрудников.

Сапранкова Т.А., Тимошкова Н.Д. [6, с. 75] отмечают недостатки координации работы курьеров. Например, ситуация, когда в компании по

среднему времени доставки, а также количеству заказов в день определяется необходимое количество курьеров. Главной проблемой данного метода является то, что в часы активной доставки маленьким фирмам может не хватать рассчитанного количества курьеров. В результате клиенты недовольны обслуживанием, компания теряет спрос и возникает вероятность убытков. Важным пунктом в развитии организации является забота о репутации и индивидуальный подход к каждому без больших затрат на рекламу, отмечают авторы [6, с. 76]. В таком случае работает «сарафанное радио», то есть довольные клиенты рекомендуют своим знакомым воспользоваться услугами понравившегося им центра по доставке. Компания должна тщательно отбирать курьеров потому, что они являются лицом курьерской компании. Интеллигентность, прилежность, аккуратность – это не полный список того, что должен представлять из себя курьер. При этом компания должна понимать, что курьеры несут определенные риски, осуществляя свою деятельность [6, с. 76]. Это могут быть технические поломки, внештатные ситуации при общении с получателем и т.д. Компании должны компенсировать данные риски для их минимизации. Авторы говорят о том, что условия работы курьеров достаточно жесткие, в то время как поднять размер оплаты труда компании не могут. Поэтому курьерские фирмы не реализуют вышеуказанные меры (отбор персонала, оплата рисков и т.д.). Сапранкова Т.А. и Тимошкова Н.Д. считают выходом из такой ситуации создание аутсорсингового центра по подготовке курьеров. В рамках такого центра может быть создана база данных на сотрудников с постоянной и временной занятостью, осуществлена соответствующая подготовка, обеспечивающая клиентоориентированность курьеров, разработаны более эффективные системы вознаграждения, продуманы графики занятости и пр. [6, с. 77-78].

Можно сказать, что в будущем курьерские службы будут существовать так же, как и естественные сферы в государстве (например, армия, медицина). Пока на планете существуют люди, пока существует возможность заказа товаров

внутри страны или за рубежом – люди будут оплачивать заказы, получать их через службы доставки и увеличивать тем самым обороты курьерских компаний.

Вывод

В 2020 году стало ясно, что службы доставки будут иметь успех в связи с ростом потребности в данных услугах. Можно сказать, что при всей негативности и убыточности 2020 года, курьерские службы смогли извлечь для себя определенную выгоду. Нет гарантий в том, что через 2-3 года выручка организации, осуществляющей услуги по доставке, будет иметь такие же высокие значения, как в 2020 году. Однако данный скачок в финансовых показателях сможет подтолкнуть компании к дальнейшему развитию, потому что за счет финансовых средств можно внедрять новшества и совершенствовать сферу деятельности.

В работе проанализирован рынок служб доставки, представлены примеры представителей служб доставки, а также сделан вывод о том, что данная сфера услуг будет действовать постоянно в мире. Также в статье представлены мнения по научным публикациям на аналогичную тему: работа курьером, несмотря на такую прибыльность курьерских компаний, имеет ряд недостатков в виде низкой оплаты труда, пренебрежительном отношении к курьерам, отсутствием компенсации рисков. Одни авторы считают, что аутсорсинг персонала по доставке продуктов питания позволит сократить издержки компании и увеличить статус общества. Другие, – что работодатели не хотят вводить новых сотрудников, а будут делать упор на действующем персонале.

В качестве рекомендаций к развитию сферы доставки можно отметить необходимость внедрения большего количества сервисов-партнеров каждому магазину; улучшения системы скидок и бонусов; применения индивидуального подхода к каждому клиенту через мобильное приложение, внедрения аутсорсинга курьерского персонала; применения разных систем оплаты труда курьерам.

Список литературы

1. Абутидзе Т.С. Тенденции развития отрасли общественного питания в Москве // Образование. Наука. Научные кадры. – 2019. – № 2. – С.114-118.
2. Калинина Е.Г., Иващенко И.Г. Разработка информационной системы курьерской службы доставки для интернет-магазинов // Вестник Московского государственного университета печати. – 2015. – №1. – С. 77-81.
3. Кузнецов В.С. Современные подходы к оптимизации затрат на персонал // Профессиональная ориентация. – 2018. – №1. – С.118-123.
4. Лазич Ю.В., Антонова В.А. Цифровая логистика: внедрение «Физического интернета» // Beneficium. – 2019. – №2 (31). – С.25-33.
5. Рейтинг Курьерских служб доставки 2020 для Интернет-магазина [Электронный ресурс]. URL: <https://kuryerskie-sluzhby.ru/sluzhba-dostavki-dly-internet-magazina/> (дата обращения: 15.02.2021).
6. Сапранкова Т.А., Тимошкова Н.Д. Проблемы управления персоналом в компаниях, применяющих «Горячую» доставку продукции» // Бизнес-образование в экономике знаний. 2017. – № 1 (6). – С. 75-78.
7. Сулова Ю.Ю., Щербенко В.Е., Веремеенко О.С., Алёшина О.Г. Маркетинг. – Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2018. – 380 с.
8. Харфорд Т. 50 изобретений, которые создали современную экономику. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. – 288 с.

References

1. Abutidze T.S. Tendentsii razvitiya otrasli obshchestvennogo pitaniya v Moskve [Trends in the development of the catering industry in Moscow]. Obrazovaniye. Nauka. Nauchnye kadry, 2019, № 2, pp.114-118.
2. Kalinina E.G., Ivashchenko I.G. Razrabotka informatsionnoy sistemy kur'yerskoy sluzhby dostavki dlya internet-magazinov [Development of a courier delivery service information system for online stores]. Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta pechati, 2015, №1, pp. 77-81.

3. Kuznetsov V.S. Sovremennye podkhody k optimizatsii zatrat na personal [State-of-the-art approaches to optimizing personnel costs]. Professional'naya oriyentatsiya, 2018, №1, pp.118-123.

4. Lazich Yu.V., Antonova V.A. Tsifrovaya logistika: vnedreniye «Fizicheskogo interneta» [Digital logistics: the introduction of the "Physical Internet"]. Beneficium, 2019, №2 (31), pp.25-33.

5. Reyting Kur'yerskikh sluzhb dostavki 2020 dlya Internet-magazina [Courier Delivery Services 2020 Rating for Online Store]. Available at: <https://kuryerskie-sluzhby.ru/sluzhba-dostavki-dly-internet-magazina/> (accessed: 15.02.2021).

6. Saprankova T.A., Timoshkova N.D. Problemy upravleniya personalom v kompaniyakh, primenyayushchikh «Goryachuyu» dostavku produktsii» [Human Resources Issues in companies that use Hot Delivery]. Biznes-obrazovaniye v ekonomike znaniy, 2017, № 1 (6), pp. 75-78.

7. Suslova Yu.Yu., Shcherbenko V.E., Veremeyenko O.S., Alëshina O.G. Marketing. Krasnoyarsk: Siberian Federal University, 2018, 380 p.

8. Kharford T. 50 izobreteniy, kotoryye sozdali sovremennuyu ekonomiku [50 inventions that created a modern economy]. Moscow: Mann, Ivanov and Ferber, 2019, 288 p.

© Михеева Анастасия Валерьевна, Котелянец Оксана Сергеевна, 2021 г.