DOI: 10.37791/2687-0657-2021-15-4-50-59

Развитие дарксторов как конкурентоспособной формы доставки товаров

Г. Н. Чернухина^{1*}, О. Ю. Ермоловская²

¹ Университет «Синергия», Москва, Россия

² Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия

* gg1604@mail.ru

Аннотация. Цель научной статьи – исследование перехода субъектов розничной торговли из формата магазинов в формат электронной коммерции с использованием конкурентных преимуществ дарксторов. Предметом исследования являются конкурентные преимущества при использовании высокотехнологичных и гибких форм логистических цепей в доставке товаров. Актуальность научной статьи обусловлена тем, что темпы развития онлайн-торговли за 2018–2020 годы свидетельствуют о росте крупнейших компаний сектора e-commerce ежегодно. Подобный рост обусловлен высокотехнологичными трендовыми тенденциями, которые активно развиваются в последние годы. Они структурно оформляются в единую систему, элементами которой становятся: использование больших данных (Big data), цифровая трансформация торговых бизнес-процессов, интеграция глобальных маркетинговых технологий, применение умного прогнозирования и анализа потребительского поведения, персонализация, ориентация на виртуальный контент. Эта система по своей сути направлена на глобализированное развитие торговых связей. Авторы исследуют сущность понятия «даркстор», проводят анализ конкурентоспособности этого явления в электронной коммерции в современных условиях. Дарксторы способствуют развитию торговли нового поколения; обладая конкурентными преимуществами, они не мешают существующим производственно-сбытовым процессам, а скорее дополняют их. В настоящее время электронной торговлей заняты все крупные торговые организации продовольственного и непродовольственного направления. Прежде всего онлайн-коммерция организована через интернет-магазины и маркетплейсы, но есть еще много других электронных средств совершения сделки – это страница в социальной сети или чат-бот мессенджера, дарксторы, которые требуют дополнительного исследования. Подобные маркетплейсы уместно характеризовать в качестве сайтов-агрегаторов, играющих роль специализированных структурных посредников, с устойчивой базой, занятых реализацией и распространением продукции коммерческих агентов. Электронная коммерция в формате дарксторов способствует качественному и конкурентному развитию глобальных хозяйственных связей.

Ключевые слова: развитие дарксторов, электронная коммерция, маркетплейс, цифровизация торговли, потребительский рынок, товары повседневного спроса, конкурентоспособность

Для цитирования: Чернухина Г. Н., Ермоловская О. Ю. Развитие дарксторов как конкурентоспособной формы доставки товаров // Современная конкуренция. 2021. Т. 15. № 4. С. 50–59. DOI:10.37791/2687-0657-2021-15-4-50-59

Development of Dark Stores as a Competitive Form of Delivery of Goods

G. Chernukhina^{1*}, O. Ermolovskaya²

¹ Synergy University, Moscow, Russia

² Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia

* gg1604@mail.ru

Abstract. The aim of the scientific article is to study the transition of retail entities from the store format to the e-commerce format using the competitive advantages of dark stores. The subject of the research is competitive advantages when using high-tech and flexible forms of supply chains and in the delivery of goods. The relevance of the scientific article is due to the fact that the pace of development of online trade in 2018-2020 testifies to the growth of the largest companies in the e-commerce sector annually. This growth is due to high-tech trend trends that have been actively developing in recent years. They are structurally formed into a single system, the elements of which are: the use of Big data, the digital transformation of trade business processes, the integration of global marketing technologies, the use of smart forecasting and analysis of consumer behavior, personalization, orientation towards virtual content. This system is inherently aimed at the globalized development of trade relations. The authors investigate the essence of the concept of "dark store", analyze the competitiveness of this phenomenon in e-commerce in modern conditions. Dark stores promote the development of a new generation of commerce, with competitive advantages, they do not interfere with existing production and distribution processes, but rather complement them. Currently, all large trade organizations of the food and non-food sectors are engaged in electronic commerce. First of all, online commerce is organized through online stores and marketplaces, but there are still many other electronic means of making a transaction - this is a page on a social network or a chatbot of a messenger, dark stores that require additional research. It is appropriate to characterize such marketplaces as aggregator sites playing the role of specialized structural intermediaries with a stable base engaged in the sale and distribution of the products of commercial agents. E-commerce in the dark store format thus contributes to the high-quality and competitive development of global economic ties.

Keywords: development of dark stores, e-commerce, marketplace, digitalization of trade, consumer market, consumer goods, competitiveness

For citation: Chernukhina G., Ermolovskaya O. Development of Dark Stores as a Competitive Form of Delivery of Goods. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2021, vol.15, no.4, pp.50-59 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0657-2021-15-4-50-59

Введение

Актуальность выбранной темы научной статьи обусловлена тем, что недостаточно описан и исследован формат дарксторов как нового конкурентного субъекта в электронной торговле.

Даркстор, по существу, это не конкурирующие направления электронной коммерции, а совместимые и дополняющие элемен-

ты единой системы интернет-торговли, которые занимают конкурентную нишу в условиях коронавируса. В условиях радикальных перемен набрало популярность интернет-направление, а в научной литературе началось исследование нового формата доставки с использованием так называемых дарксторов (в переводе с англ. dark store – темный магазин), который впоследствии набрал популярность среди российских ретейлеров.