

ПРОДАЕМ ВИРТУАЛЬНО, ДОСТАВЛЯЕМ РЕАЛЬНО!

ЛОГИСТИКА ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ



**АНДРЕЙ
АНДРЕЕВ**
ООО «АНТОР
БИЗНЕС
РЕШЕНИЯ»,
Руководитель
отдела
проектных
решений

Около 6 миллионов россиян, по оценкам экспертов, ежемесячно совершают покупки через Интернет на общую сумму более 28 млрд рублей. Прогнозируется двукратное увеличение объема интернет-торговли к 2015 году. По мере роста рынка электронной коммерции все более актуальным становится вопрос оптимизации логистических процессов. Доставка товара покупателю — один из важнейших таких процессов, ведь именно она завершает процесс онлайн-продажи.

Российский рынок интернет-торговли стремительно развивается. Уже сегодня практически 70% населения крупных городов совершают онлайн-покупки 1—3 раза в месяц.

В 2011 году, по данным аналитиков, объем российского интернет-рынка вырос на 29% по сравнению с 2010 годом и достиг суммы в 310 млрд рублей.

В 2012 году, по прогнозу «ФИНАМ Менеджмент», рынок электронной коммерции достигнет \$12—13 млрд, а в ближайшие 5—7 лет интернет-рынок вырастет минимум на 20%.

Наряду с явным замедлением динамики увеличения продаж классического ритейла онлайн-торговля показывает завидный рост: за 5 последних лет — более чем на 350%.

Следствием привлекательности интернет-бизнеса является высокая конкуренция на этом рынке. По результатам опросов, проведенных специалистами, основные причины выбора конкретного интернет-магазина при покупке того или нового товара — это низкие цены (58% опрошенных), широкий ассортимент (54%) и удобные условия доставки товара (44%). Несмотря на кажущуюся простоту процесса, именно на проблемы с доставкой часто жалуются покупатели интернет-магазинов и уходят к конкурентам при последующих покупках.

Существует два способа организации бизнес-процесса ежедневной доставки товаров покупателям:

1. Формирование и содержание собственной службы доставки.
2. Передача бизнес-процесса курьерским службам.

Традиционным подходом в организации доставки считается создание своей службы. Безусловным плюсом этого подхода является оперативность доставки.

Курьеры компании могут в любой момент доставить заказ, также появляется возможность организовать клиентам интернет-магазина такую услугу, как экспресс-доставка в течение дня.

Основная сложность такого подхода к логистике — это необходимость затратить существенное время и денежные средства на наладку процесса курьерской доставки.

Содержание своей доставки не всегда экономически эффективно, поскольку появляются следующие дополнительные издержки:

- время руководителя, которое потребуется на инструктаж нового квалифицированного сотрудника, отвечающего за доставку и отладку бизнес-процесса доставки;
- содержание квалифицированных сотрудников, подготавливающих сопроводительную документацию к заказам, занимающихся ежедневным расчетом оптимальных маршрутов, контролирующим бесперебойную работу службы;
- финансовые издержки службы (накладные расходы, заработная плата, налоги);
- возможный простой курьеров и транспорта в случае неравномерности поступления заказов или их отсутствия.

Как показала практика работы многих интернет-магазинов, курьерская служба при магазине не может быть источником доходов. В лучшем случае она будет самокупаемой, поэтому в процессе развития интернет-магазина собственный отдел доставки достаточно часто превращается в отдельное юридическое лицо, оказывающее логистические услуги родительской и сторонним компаниям. Это позволяет не только получить дополнительные доходы от нового вида услуг, но и снизить себестоимость доставки собственных заказов,

а значит, получить преимущество перед конкурентами. Ярким примером является курьерская служба «О-Курьер», входящая в холдинг OZON.RU и предоставляющая на постоянной основе услуги доставки более чем 70 интернет-магазинам.

Передача бизнес-процесса доставки профессиональным курьерским службам позволяет интернет-магазинам снизить риски и уделить больше времени развитию продаж, а не логистике. Помимо собственно доставки до конечного клиента такие компании предоставляют достаточно широкий спектр услуг: ответственное складское хранение ваших товаров, забор товара со склада интернет-магазина, кассовое обслуживание, возможность выбора более узких интервалов доставки, доставка после 19.00, возможность выдачи товара в пунктах самовывоза, call-центр, отслеживание товара на всем пути и пр.

Вот как описывает работу своей компании Елена Урсова, директор по логистике IM Logistics, одного из ведущих операторов доставки для интернет-магазинов: «Наша компания предоставляет интернет-магазинам полный спектр услуг доставки заказов покупателям. Чтобы быть успешными, мы обязаны постоянно поддерживать высочайший уровень сервиса, ориентируясь на построение долгосрочных отношений с нашими клиентами. Прежде всего необходимо учитывать,



что единственный «живой» сотрудник, которого видит покупатель интернет-магазина, — это курьер, доставляющий заказ. И если решение о первой покупке принимается на основе впечатлений от сайта, удобства процесса заказа, привлекательности цены, то его повторные покупки зависят уже от четкости и оперативности доставки заказа, а также вежливости, аккуратности и представительности курьера. Кроме простой перевозки груза из пункта А в пункт Б наша компания предоставляет своим клиентам целый спектр дополнительных услуг, среди которых и кассовое обслуживание (ведь основная масса заказов интернет-магазинов оплачивается наличными в момент их получения), и надлежащая упаковка товаров для отправки почтой,

и организация пунктов самовывоза. Мы постоянно расширяем географию доставки. Уже сейчас в течение суток мы доставляем заказы в Санкт-Петербург, Нижний Новгород, Владимир, Тулу, Калугу, Ярославль, Кострому, Орел, Брянск, Вологду, Иваново. В конце лета у нас открылись новые направления — Екатеринбург, Челябинск, Тюмень, Пермь».

Показателями востребованности подобного вида услуг могут служить темпы роста количества ежедневных доставок, осуществляемых компанией **IM Logistics** — если в 2007 году их было не более 300, то сегодня каждый день доставляется более 8000 заказов.

И это не предел. По словам Елены Урсовой, в предпраздничные дни, особенно во второй половине декабря, происходит более чем двукратное увеличение количества обрабатываемых заявок.

Хочется отметить, что предложение удобных графиков доставки для конечных клиентов интернет-магазинов и составление оптимальных маршрутов с учетом временных окон невозможно без применения специализированных информационных систем. Это утверждение справедливо как для собственной службы доставки, так и для курьерских служб.

«Благодаря бесперебойной работе программы **ANTOR LogisticsMaster**, ежедневное планирование маршрутов доставки заказов занимает у двух наших логистов не более часа», — отмечает Иван Матвеев, генеральный директор IM-Logistics.

Внедрение логистических информационных систем позволяет в ситуации ежедневного обновления точек доставки оперативно составить маршруты, удовлетворяющие всем количественным, качественным и временным характеристикам заказов и транспорта. По данным исследования компании DSS Consulting, проекты на базе решений под торговой маркой **ANTOR** в 2006—2011 годах составили **более 65% от общего количества внедрений TMS-систем (Transport Management System) на территории Российской Федерации.**

ANTOR LogisticsMaster™ предоставляет возможность не только обрабатывать большое количество информации за короткий промежуток времени, но и четко организовать структуру рабочих процессов, связанных с планированием перевозок, что повышает эффективность работы бизнеса в целом.

Программные продукты компании **ANTOR** успешно используются на более чем 1500 предприятий, среди которых PepsiCo Inc., The Coca-Cola Company, ОАО «САН ИнБев», Groupe Danone, Агропромышленный холдинг «МИРАТОРГ», ГК «Комус», ООО «Инмарко», Heineken N.V., О-Курьер (ozon.ru), IM-Logistics, Юлмарт, Холодильник.ру, Ютинет.ру (Ритейл Систем).

Опыт пользователей **ANTOR LogisticsMaster**, подтверждает, что только оптимизация маршрутов по пробегу и загрузке машин позволяет сократить транспортные издержки не менее чем на 20—25%, а если к оптимальному планированию добавить надежный контроль фактического использования транспортных средств с помощью системы спутникового GPS/ГЛОНАСС мониторинга **ANTOR MonitorMaster**, то экономия достигает 30—35%.