из стратегических направлений развития авиационной отрасли в целом и иметь вполне конкретную и значительную государственную поддержку, особенно в России.

1. Воронов В.И. Международная логистика (Электронный ресурс). Вестник университета (Государственный университет управления). 2014. с.700.
2. Воронов А.В., Воронов В.И., Лазарев В.А. Вестник университета (Государственный университет управления) 2008. №1. С. 55
3. Воронов В.И., Лазарев В.А., «Некоторые задачи моделирования логистических цепей» Вестник Самарского государственного аэрокосмического университета им. академика С.П. Королёва (национального исследовательского университета). 2005. № 1 (7). С. 42-49.
4. Воронов В.И., Воронов А.В. Международная логистика пространств и границ: основные аспекты формирования понятия, миссии, целей задач, функций, интегральной логики, принципов и методов. Управление. 2015. Т.3 № 2. С. 27-36.
5. Воронов В.И., Пичейкина А.С. Основные аспекты логистического консалтинга. Вестник университета (Государственный университет управления). 2007. Т. 1. № 19. С 151-159.
6. <http://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=731006>
7. <http://www.np-srv.ru/stati/65/>
8. Воронов В.И., Кривоносов Н.А. Савостьянок Г.Н., Кожанова В.В. Инновационные технологии в логистике. Научно-аналитический журнал: «Инновации и инвестиции» № 4, 2015– стр. 2-4.

Челмакин Д.О.

Основные аспекты развития логистики интернет-торговли в России

Государственный Университет Управления

doi: 10.18411/lj-25-12-2017-33

idsp: 000001:lj-25-12-2017-33

Аннотация

В исследовательской работе автор рассмотрел основные аспекты развития и проблемы электронной коммерции в России.

Ключевые слова: интернет-торговля, электронная коммерция, логистика, аутсорсинг, аутсорсеры.

Электронная торговля, электронная коммерция, бизнес-интернет эффективно и интенсивно развивающиеся на основе современных достижений информационных технологий [1,2], с 1995 года значительно опережают по годовым темпам объемов роста обороты традиционной торговой отрасли и распространению во времени и пространстве по всем странам и континентам [3-6].

По-настоящему качественная и удобная система интернет-торговли поступательно только начинает относительно полноценно развиваться в нашей стране. С ростом популярности и распространения современных гаджетов, это направление становится всё более популярным и наиболее перспективным вектором развития магазинов в целом, а также интернет-магазинов.

Главный вопрос, который беспокоит всех ритейлеров — организовывать свою логистическую цепочку поставок [7] или применять наиболее эффективно современные концепции управления (аутсорсинг) и пользоваться услугами специальных аутсорсеров [8,9]. Сложно ответить однозначно, но большинство мнений сходится в одном пока нельзя. Поскольку в России господствует идея, что лучше строить весь бизнес своими руками и силами. По мнению Михаэля Пёчке, главного исполнительного директора Bertelsmann (Arvato) в России, это связано с тем, что большинство наших бизнесменов не готово отдавать столь важную часть своего дела на аутсорсинг. «В России принято создавать строгую иерархию, как государства, так и предприятия. Многие просто боятся, что поток не работает, если ритейлер сам не всё не контролирует, поэтому и создаёт

вертикаль», — комментирует Пёчке. С одной стороны, это так. Но с другой — практически любой ритейлер, имеющий дело с доставкой товаров в другие регионы, во избежание высоких финансовых затрат скорее обратится за помощью к локальным партнёрам, чем будет строить свой логистический центр с нуля. О том, как этот вопрос решается практически, рассказали сотрудники больших российских предприятий.

КуріVIP. Компания КуріVIP придерживается следующей политики в вопросе организации логистики. «Не секрет, что в любом сервисе для клиента самыми важными качествами являются скорость, качество и цена. И для того чтобы в логистике реализовать это в полной мере, при запуске нашего холдинга было принято решение работать с собственной службой доставки, с локальными службами доставки и с услугами федеральных агентов доставки», — говорит директор по операциям КуріVIP Владислав Бинкин.

Изначально, а создавалась фирма три года назад, КуріVIP имел в своём распоряжении всего два автомобиля и четырёх водителей. На сегодняшний день компания располагает уже 155 водителями-экспедиторами и парком в 90 автотранспортных средств, 60 из которых работают по Москве, а 30 — в Санкт-Петербурге. «Поскольку все курьеры являются лицами компании, каждый из них снабжен форменной одеждой, книжечкой курьера, в которой прописаны все критические и необычные случаи с инструкциями, как в них поступать. Также у каждого водителя обязательно имеется некий скрипт диалогов, поскольку очевидно, что водитель или курьер является прямым участником продаж, и он должен обладать навыками торгового агента, причем навыками высокоразвитыми. И для того чтобы обеспечить эти навыки, мы регулярно проводим обучающие программы для наших курьеров», — продолжает Владислав. При таком составе и графике работы службы доставки с 9:00 утра до 21:00 вечера, компания способна ежедневно доставлять более 3000 заказов по Москве и около 1500 заказов по Петербургу.

«С ростом числа заказов мы столкнулись с такой проблемой как маршрутизация, с необходимостью четко, быстро и, главное, качественно назначать каждому водителю его маршрут и график поездки. Поэтому мы очень активно используем программное обеспечение, которое позволяет нам эффективно выполнять маршрутизацию», — говорит Бинкин. Но, понятное дело, одной маршрутизации для своевременной доставки мало. Надо иметь и выгодно расположенный склад. У КуріVIP собственный склад один и находится он в Подольске. Для того, чтобы ускорить время доставки заказа до клиента, компания намерена в 2012 году открыть сортировочный хаб на севере Москвы. Он одновременно будет выполнять функцию и склада, и пункта самовывоза.

Работа с партнёрами в регионах иллюстрируется простой схемой. Здесь компания пользуется услугами четырёх логистических фирм, в частности, ЕМС, СПСР, «Арматилло бизнес-посылка» DPD и DHL Global. С этими агентами КуріVIP ведёт работу по 23 городам, расположенным в Южном, Уральском, Приволжском и Сибирском федеральных округах. КуріVIP самостоятельно производит доставку сборных грузов партнёрам, а те уже сами регламентируют своё действия, выбирая наиболее эффективные пути доставки товара.

Стоит отметить, что даже курьеры, входящие в состав региональных компаний-партнёров, имеют в своём распоряжении фирменную униформу КуріVIP, все скрипты и варианты диалогов. «Таким образом, клиент, неважно где он получает заказ — в Москве или в одном из крупных городов Российской Федерации, понимает, что имеет дело с компанией PTECS (Private Trade E-Commerce Services или КуріVIP e-commerce serviceses полное название организации) или с одним из сайтов, которые разработаны и сопровождаются компанией PTECS».

Wikimart. В «Викимарте» реализована похожая модель организации логистического процесса. В Москве компания осуществляет доставку своими силами, а в регионах — рассчитывает на протянутую руку помощи партнёров. Однако различия есть. Логистический проект Wikimart'a запущен относительно совсем недавно — в октябре 2011 года. Собственно, запустить его решили не столько ради обслуживания онлайн-проекта (магазины — клиенты портала в основном доставляли посылки сами), а ради собственного офлайн-магазина, открытого также в октябре.

«Логистика Wikimart» на сегодняшний день состоит из 3 департаментов: клиентоориентированная служба доставки, складская логистика и проектная команда. Основные логистические операции здесь — это: клиентоориентированная служба доставки, региональная доставка, складские операции, управление остатками, предпродажный и постпродажный сервис, а также возвратная логистика.

«Мы создали нашу розницу и интегрированную транспортную логистику, чтобы поддержать наши стандарты качества обслуживания клиентов», — комментирует Елена Гордеева, директор по логистике Wikimart.ru. С этой же целью компания решила пересмотреть свои требования к курьерам. Вместо обычных водителей-экспедиторов и пеших курьеров, «Викимарт» теперь готовит полноценных торговых представителей. Для этого всех водителей обязывают пройти полный курс обучения общения с клиентом. Адаптация занимает порядка полутора месяцев, но компания довольна результатами и будет продолжать работать с сотрудниками службы доставки в том же направлении.

На работе «Викимарт» по региональным направлениям рассказывать не будем, она аналогична KupiVIP, различия только в партнёрах. Лучше подробнее остановимся на складе. В отличие от KupiVIP, Wikimart не стал создавать собственный склад. Компания решила начать с аутсорсинга. На данный момент у фирмы заключен договор с «Евросеть Логистика», которая предоставляет в аренду свои складские площади и операции.

«Мы, конечно же, задаём себе вопрос — нужен ли нам собственный склад. Боюсь, что нужен, — отмечает Елена Гордеева, директор по логистике Wikimart. Потому что на сегодняшний день в интернет-трейдинге, к сожалению, нет хороших предложений от поставщиков складских услуг. Когда мы объявили тендер на новый проект, я была крайне удивлена — после 20 лет работы в логистике никто не хотел приходить ко мне на тендер, никто не хотел предлагать свои услуги. Оказалось, что только 3 смельчака, три поставщика, которые выставили свои предложения. В общем-то, выбирать было особенно не из кого. Меня это удивляет и хочется спросить складских операторов — вам что, не интересна интернет-торговля? В общем-то достаточно маргинальная и интересная операция, причём очень большие объёмы и быстрорастущий бизнес. Однако на сегодняшний день уровень автоматизации и уровень мобильности услуг наших поставщиков ещё не дорос до тех требований, которые мы ставим и до тех темпов роста, которые мы видим впереди».

Также директор по логистике Wikimart.ru выказала недоумение по поводу уровня самих складов: «Хочу сказать, что склад класса А — это, конечно, замечательно. Но хотелось бы, чтобы у нас было больше складов класса В и В+ с высоким уровнем автоматизации. Потому что очень обидно видеть склад с потрясающими полами, прекрасными температурными режимами, замечательной пожарной системой, в котором как в былые времена тётя Маша карточки заводит и что-то в них отмечает. Это неправильно».

Однако Елена Гордеева не отчаивается: «Мы видим, как ближайшую перспективу альянс с таким партнёром, который бы нам сказал — давайте мы построим операции под вас, под ваш бизнес, будем развиваться вместе и пойдём одним путём. Надо, чтобы этот партнер был профессионалом, верил в будущее интернет-трейдинга, знал, с какими

проблемами ему придётся столкнуться и как работать с огромным количеством заказов ежедневно».

Логистический центр Ozon. В настоящий момент компания осуществляет доставку в 120 городов Российской Федерации и Казахстана, в 2 тысячи пунктов выдачи, включая сетевые. В другие страны заказы отправляются Почтой России. Свои пункты выдачи Ozon имеет в Твери, Владивостоке, Москве и Санкт-Петербурге, остальные пункты — партнерские.

В самый разгар кризиса, в сентябре 2009 года состоялось открытие нового операционно-логистического центра OZON.ru «Боровлёво-2» в Твери. Инвестиции в строительство и технологическое оборудование составили \$20 миллионов. Компания начала строить логистический комплекс, когда было принято решение уйти от имиджа мономагазина, где можно купить только книги и медийную продукцию, и стала интенсивно развивать другие категории товаров самостоятельно. Для хранения такого ассортимента понадобились дополнительные площади. Склад в Боровлево-2 является одним из крупнейших в Восточной Европе операционно-логистических комплексов для электронной коммерции. У компании есть также логистические центры в Москве и Санкт-Петербурге и распределительный узел (хаб) в Екатеринбурге, который отправляет заказы по УФО (в Тюмень, Курган, Челябинск и другие города).

Боровлево-2 — это зона, где свое производство или склады имеют многие компании. У Твери удобное для Ozon расположение, так как очень многие клиенты компании из Москвы и Санкт-Петербурга. Также не является секретом тот факт, что строительство и содержание логистического комплекса в Москве или Санкт-Петербурге обошлось бы гораздо дороже. Площадь Логистического Центра 12 тысяч квадратных метров, в нем работает 450 человек. Перед новогодними праздниками компания получает большое количество заказов, поэтому дополнительно нанимает сотрудников. При большом количестве заказов склад обслуживает 15 грузовых машин в день. Компания планирует расширять свои площади в Боровлево-2, но планов по строительству складов на других территориях РФ пока нет.

На складе используется поштучное стеллажное хранение. Партнерами в проектировании и технологическом планировании комплекса являются Swisslog (Швейцария) и DOCdata (Нидерланды). Партнеры внесли в проект новейшие операционные технологии, основанные на применении современного оборудования и ИТ-систем, которые позволяют оптимизировать складские бизнес-процессы и автоматизировать большинство операций.

Bertelsmann (Arvato). Следует отметить о второй стороне, участвующей в этом процессе — компаниях, предоставляющих услуги по аренде складских помещений, доставке товаров из пункта А в пункт Б и тому подобное. Разберём это на примере концерна Bertelsmann и его подразделения по оказанию различных аутсорсных услуг Arvato. В России у компании есть свой складской центр — DZB (Distribution Center Bertelsmann), который находится в Ярославле. На текущий момент он располагается на площади 44 тысячи квадратных метров, позволяющих вместить до 280 тысяч SKU. Хранение товаров на складе стеллажное, многоуровневое. С клиентами работа у фирмы строится следующим образом. Вначале потенциальный заказчик заполняет анкету, в которой отмечает, что ему надо — поставка, приёмка. Потом — чек-лист, в котором обозначается — что предоставляет заказчик и что с этим будет делать исполнитель. Третий этап — составление бизнес-процессов и схем.

В заключении, хочу отметить, что достаточно молодое направление интернет-торговли в России развивается «семимильными» шагами и адаптируется к международной экономике, торговле и логистике [10,11]. Дальнейшее развитие данных

технологий приводит эту сферу к ещё большему списку потребностей, которые молодые специалисты призваны решить в перспективе.

1. Воронов В.И., Лазарев В.А. Информационные технологии в коммерческой деятельности. Часть 1. Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2000 г. - 104 с.
2. Воронов В.И., Лазарев В.А. Информационные технологии в коммерческой деятельности. Часть 2. (учебное пособие). Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2002 г. -112 с.
3. Воронов В.И. Электронная коммерция и бизнес-интернет. Часть I (учебное пособие). Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2003 г. -208 с.
4. Воронов В.И. Электронная коммерция и бизнес-интернет. Часть II (учебное пособие). Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2003 г. - 183 с.
5. Воронов В.И., Лазарев В.А., Павленко О.Ю. Организация электронной коммерции. Журнал: МАРКЕТИНГ, № 3(88) /2006 г. 81-93с.
6. Воронов В.И., Лазарев В.А., Павленко О.Ю. Организация электронной торговли. [текст] Маркетинг, 2006. Т 308, с 308.
7. Воронов В.И., Лазарев В.А., «Некоторые задачи моделирования логистических цепей» Вестник Самарского государственного аэрокосмического университета им. академика С.П. Королёва (национального исследовательского университета). 2005. № 1 (7). С. 42-49.
8. Аникин Б.А., Воронов В.И. Основные формы и виды аутсорсинга. Вестник ГУУ № 4 (17) г. Москва, 2006 г.
9. Воронов В.И. Методологические аспекты экономического обеспечения логистических систем управления. Вестник университета (Государственный университет управления). 2006. № 4. С. 11.
10. Воронов В.И. Международная логистика (Электронный ресурс). Вестник университета (Государственный университет управления). 2014. с.700.
11. Воронов А.В., Воронов В.И., Лазарев В.А. Вестник университета (Государственный университет управления) 2008. №1. С. 55