

УДК 33.339.13

**Станислав Геннадьевич Холмовский**

к.э.н., доцент кафедры менеджмента,
маркетинга и сервиса.
Байкальский государственный университет,
г. Иркутск, Россия

КРИТЕРИИ ВЫБОРА ФУЛФИЛМЕНТ-ОПЕРАТОРА ДЛЯ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ

Аннотация. Увеличение объемов рынка интернет-торговли вызывает количественные и качественные изменения в организации логистической деятельности участников рынка. Усиление конкуренции за покупателя, увеличение числа малых и средних интернет-магазинов вынуждают компании сокращать свои логистические затраты. Рассматриваются потенциальные риски и преимущества передачи интернет-магазинами части или всех своих логистических компетенций на аутсорсинг фулфилмент-операторам. Определяется перечень требований, предъявляемых клиентами к услугам операторов.

Ключевые слова: Фулфилмент; логистика; интернет-торговля; аутсорсинг логистических услуг; склад

Статья издана по результатам проведенной II Международной научно-практической конференции «Развитие малого предпринимательства в Байкальском регионе» в рамках Всемирной недели Предпринимательства, кафедра Экономики предприятий и предпринимательской деятельности (ФГБОУ ВО Байкальский государственный университет, Иркутск, Российская Федерация, 20.11.2019 г.).

Stanislav Gennad'evich Kholmovsky
PhD in Economics, Associate Professor,
Chair of Management, Marketing and Service
Baikal State University,
Irkutsk, Russia

CRITERIA FOR SELECTION OF FULFILMENT OPERATOR FOR SMALL AND MEDIUM ONLINE STORES

Abstract. The increase in the volume of the Internet commerce market causes quantitative and qualitative changes in the organization of the logistics activities of market participants. Increased competition for the buyer, an increase in the number of small and medium-sized online stores force companies to reduce their logistics costs. The potential risks and advantages of transferring part or all of its logistical competencies to outsourcing fulfillment to operators by online stores are considered. The list of requirements presented by customers to the services of operators is determined.

Keywords: fulfillment; logistics; e-commerce; outsourcing of logistics services; warehouse

Введение

Российский рынок интернет-торговли, который начал свое развитие в начале 2010-х годов, параллельно с активным проникновением интернета в повседневную жизнь граждан, за последние десятилетие продемонстрировал взрывные темпы роста. Этот рост интернет-продаж подстегнул развитие специализированной фулфилмент-инфраструктуры, которая позволяет снизить логистические и временные затраты при выполнении заказов клиентов.

В последние годы появилось значительное число исследований, посвященных различным аспектам развития интернет-торговли [1, 2, 3, 4, 5], использования аутсорсинга в этом секторе экономики [6, 7, 8], в том числе с использованием услуг фулфилмент-операторов [9, 10, 11]. Обзор литературы показал, по нашему мнению, недостаток работ, характеризующих риски и преимущества аутсорсинга логистических услуг для небольших интернет-магазинов, а также критериев выбора ими фулфилмент-операторов.

Цель и задачи исследования

Целью исследования является определение рисков и преимуществ передачи интернет-магазинами своих логистических функций специализированным фулфилмент-операторам и изучение критериев, которые предъявляют к операторам небольшие интернет-площадки.

Методы исследования

Используемые методы исследования в работе — методы анализа и синтеза, группировки и сопоставления.

Полученные результаты

По данным Ассоциации компаний электронной торговли (АКИТ), общий объем российского рынка электронной коммерции по итогам 2018 года составил 1 триллион 657 миллиардов рублей, что на 59 % превышает показатель 2017 года. По оценкам АКИТ, объем рынка электронной коммерции в 2019 году может составить 2 триллиона 179 миллиардов рублей [12]. В 2010 году величина рынка оценивалась только в 260 миллиардов рублей, таким образом, за 10 лет сегмент может показать средний прирост в размере 26,4 %. Указанные темпы прироста рынка являются впечатляющими по сравнению с замедляющимися темпами роста розничных продаж. За период 2010-2018 гг. розничный товароборот показал средний темп прироста только в 7,1 % [13].

Эксперты рынка, выделяют несколько факторов роста рынка электронной торговли, одними из которых является совершенствование технологий в сфере интернет-торговли, которые повышают удобство совершения покупок для клиентов, сокращают затраты магазинов на выполнение. За последнее десятилетие изменилась как структура рынка (методы коммуникации с клиентами, различные варианты доставки и т.д.), так и требования к технологическому обеспечению бизнес-процессов (как в сфере IT-технологий, так и в плане осуществления операций на складе и при доставке заказов).

Рост рынка e-commerce вызвал приход на рынок большого числа малых и средних интернет-магазинов, за счет чего существенно изменилась география присутствия компаний. Одним из слабых мест малых и средних фирм продолжает оставаться низкая эффективность логистической деятельности, относительно высокие затраты на выполнение заказов, что негативно сказывается на цене товаров и количестве заказов.

Возрастающая конкуренция на рынке оставит на нем только те магазины, которые не только предложат свои потенциальным клиентам нужный товар по привлекательной цене, но и смогут эффективно осуществлять весь комплекс операций, который сопровождает выполнение интернет-заказа. Во многом ответить на вызовы, которые стоят перед рынком интернет-торговли, по нашему мнению, позволит развитие такого направления бизнеса как фулфилмент.

Понятие «фулфилмент», возникшее от английского fulfillment — выполнение, исполнение, имеет множество определений, обзор которых дан в работе Е. Шик [11]. В общем виде, фулфилмент представляет собой «передачу на аутсорсинг комплекса складских операций, которые нужно произвести с товаром в розничной интернет-торговле с момента его поступления на склад и до передачи в службу доставки» [9]. От 3PL фулфилмент отличается содержанием этапа обработки заказов — здесь речь идет о маленьких заказах и огромном ассортименте товаров [10].

Передача части или всех функций интернет-магазина на аутсорсинг несет для компаний следующие потенциальные выгоды и риски (табл. 1).

Таблица 1

**Риски и преимущества передачи функций интернет-магазина
на аутсорсинг фулфилмент-операторам**

Этап выполнение заказа	Риски	Преимущества
Приемка товаров от поставщиков	Неправильная приемка товаров, приемка товаров с повреждениями или истекающим сроком годности, неправильное или неполное отражение информации о товаре в ИТ-системе оператора	Приемка товаров по конвейерному принципу, один работник оператора принимает заказы для нескольких магазинов, что сокращает логистические затраты
Хранение товаров	Хищение товаров на складе оператора, нерациональное размещение их на местах хранения, что приведет к росту затрат магазина	Операторы располагают системами предотвращения крах, процесс размещения товаров автоматизирован, что минимизирует плату магазинов
Обработка заказов клиентов	Возможные ошибки при внесении сведений о покупателях или о товарах, невозможность консультирования клиентов	Внешний call-центр с обученными сотрудниками оператора снизит затраты магазина из-за масштабов своей деятельности
Комплектация заказов	Отсутствие необходимых товаров на складе, ошибки при сборе заказа	Конвейерный способ сбора заказа сократит финансовые и временные затраты на сбор заказов. За неправильную комплектацию оператор может выплатить штраф.

Упаковка заказов и оформление документов	Неправильная упаковка, ошибки при оформлении документов	Малые тарифы на упаковку одного заказа, эффективная IT-система сводит ошибки при оформлении документов к минимуму
Возврат товаров	Несвоевременная доставка товаров, повреждение возвращаемых товаров	Особая технология работы с возвратами, внимательное отношение к возвращаемым товарам

Если после оценки потенциальных рисков и выгод интернет-магазинов выберет вариант передачи своих логистических функций на аутсорсинг, то ему надо будет выбрать фулфилмент-оператора по тем критериям, которые ему наиболее важны для успешной деятельности. По нашему мнению, можно выделить несколько основных критериев для выбора оператора:

1. Обработываемые товарные категории. Фулфилмент-оператор должен иметь опыт работы с той товарной категорией, которую планирует или уже продает интернет-магазин.

2. Комплекс предлагаемых услуг. Операторы могут предлагать как базовые услуги (перечислены выше), так и дополнительные услуги. Для интернет-магазина требуется, чтобы оператор мог обеспечить выполнение всего комплекса услуг, необходимых для выполнения заказов клиентов.

3. Стоимость услуг. В настоящее время на российском рынке действует системы оплаты услуг фулфилмент-операторов: оплата за каждую операцию, процент от объема продаж, пакетный тариф за месяц работы оператора [14]. Анализ предложений фулфилмент-операторов показал, что на рынке отсутствуют единые стандарты в оказываемых услугах и ценообразовании. Разница в ценах на подобные услуги у разных участников рынка может достигать 16 раз [15]. Эта разница объяснима — операторы рынка используют разные модели ценообразования и подразумевают различное содержание услуг. Кроме того, сами клиенты обращаются к игрокам рынка с принципиально разными требованиями, и разнообразность сектора дает им возможность выбрать наиболее подходящую модель ценообразования.

4. Месторасположение и режим работы склада оператора. Для небольших интернет-магазинов неэффективно выбирать круглосуточный режим работы склада, так как это экономически неоправданно. Что касается месторасположения склада, то, желательно, чтобы он располагался максимально близко к клиентам магазина для ускорения и удешевления процесса доставки заказов.

5. Характеристика склада оператора и применяемые типы хранения. Интернет-магазин и фулфилмент-оператор совместно должны определить рациональный тип хранения и раскладки товаров. Если ассортимент магазина узкий, то применяется монохранение по артикулам. Если ассортимент более широкий, то эффективно смешанное хранение. В обоих вариантах используются следующие типы хранения: стеллажное, напольное, ячеистое.

6. Возможность предоставления дополнительных услуг (call-центр оператора; создание и поддержание работы сайта интернет-магазина; производство

медиа-контента (фото и видео товара, создание карточек товара); маркетинг товаров). На ранних этапах деятельности небольших магазинов у них зачастую не хватает ни финансовых средств, ни компетенций для выполнения этих функций, что отрицательно сказывается на продажах товаров, лояльности покупателей и общих финансовых результатах фирм.

7. Параметры работы IT-системы фулфилмент-оператора. Как правило, крупные магазины взаимодействуют с магазинами по API. Для небольших магазинов целесообразно пользоваться личными кабинетами в IT-системе оператора. Также заказы могут попадать к оператору напрямую от покупателя или из call-центра.

8. Доставка заказов покупателям. Формально доставка до клиента не входит в фулфилмент, но эту услугу предлагают практически все операторы. При этом доставка может осуществляться силами самого оператора или сторонних курьерских служб. Для небольших интернет-магазинов может быть экономически выгоден арбитраж доставки — для каждого заказа фулфилмент-операторы выбирают оптимальное по цене или качеству предложение перевозчиков.

Выводы

1. Существенный рост интернет-торговли, который ожидается и в последующие годы, необходимость сокращения логистических затрат на выполнение заказов покупателей, расширение географии присутствия и числа небольших интернет-магазинов приведет к активизации спроса на услуги фулфилмент-операторов.

2. Малые и средние интернет-магазины на ранних стадиях своего развития не обладают должными компетенциями для эффективного выполнения многих логистических функций.

3. Объективная оценка потенциальных рисков и преимуществ от передачи выполнения функций по исполнению интернет-заказов на аутсорсинг фулфилмент-операторам необходима небольшим интернет-магазинам.

4. Если интернет-магазин решил воспользоваться услугами специализированного фулфилмент-оператора, он должен сформулировать для себя наиболее важные для успешной деятельности критерии, и, исходя из этого, искать фулфилмент-оператора.

Список использованной литературы

1. Антипина П.В. Понятийно-терминологический аппарат логистического сервиса / П.В. Антипина // Народное хозяйство. Вопросы инновационного развития. — 2011. — № 4. — С. 161-167.

2. Астраханцева А.С., Кулижская Ж.С. Проблема оптимизации ассортимента торговых предприятий // А.С. Астраханцева, Ж.С. Кулижская // Экономика и предпринимательство. — 2019. — № 3 (104). — С. 653-656.

3. Кубасова Т.И., Клещенко Н.Н. Основные стратегии развития интернет-магазинов в современных условиях / Т.И. Кубасова, Н.Н. Клещенко

// Сборник: Логистика в условиях экономической турбулентности: Материалы межд. науч.-практ. конф. Под ред. В.С. Колодина — 2017. — С. 65-68.

4. Михалюк М.В. Маркетплейс как фактор прогрессивной трансформации интернет-торговли в России; логистический аспект / М.В. Михалюк // [Экономические науки](#). — 2019. — № 172. — С. 57-61.

5. Парфенов А.В., Горский Д.В.. Проектирование и управление цепями поставок в электронной розничной торговле / Д.В. Горский, А.В. Парфенов // [Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета](#). — 2018. — № 1 (109). — С. 65-69.

6. Агафонова А.Н. Особенности моделей аутсорсинга бизнес-процессов в электронной коммерции / А.Н. Агафонова // [Известия УрГЭУ](#). — 2014. — №4 (54).

7. Казарина Л.А. Аутсорсинг функций как инструмент повышения конкурентоспособности фирмы / Л.А. Казарина // [Baikal Research Journal](#). — 2018. —Т.

9. № 1. — С. 9-15.

8. Тагаров Б.Ж. Факторы развития аутсорсинга в информационной экономике / Б.Ж. Тагаров // [Российское предпринимательство](#). — 2019. —Т. 20. — № 1. — С. 357-368.

9. Изюмова Н.Ю. Услуга фулфилмента как аутсорсинг складской деятельности для e-commerce / Н.Ю. Изюмова // [Экономика и управление: проблемы, решения](#). — 2019. — Т. 5. № 2. — С. 4-9.

10. Попов Д.В. Фулфилмент – уникальное решение для интернет-торговли или направление в логистике? / Д.В. Попов. // [Логистика сегодня](#). — 2014. — С. 378-382.

11. Шик Е.В. Понятие и способы организации фулфилмента / Е.В. Шик // [Известия экономики](#). — 2019. — №6 (36). — С. 28-33.

12. Аналитика по рынку e-commerce в России 2018. Обзор АКИТ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://yadi.sk/i/0fF9iSibAkpUnw>

13. Розничная торговля, услуги, туризм. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rosstat.gov.ru/wps/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail/#>

14. Логистические услуги для интернет-магазинов: основной доклад. Аналитическое агентство Data Insight, август 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://logistics.datainsight.ru/default/logistika_doklad_2017_web.pdf

15. Фулфилмент для интернет-торговли: основной доклад. Аналитическое агентство Data Insight, март 2019. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://logistics.datainsight.ru/default/DI-fulfilment2019.pdf>

