

04 марта 2016

Электронная коммерция и будущее распределительных центров

Статья Ирины Громовой, менеджера по работе с клиентами департамента «Логистика» ГК «КОРУС Консалтинг», посвященная перспективам развития распределительных центров и использования инструментов электронной коммерции.

Мир электронной коммерции прошел длинный путь за последние десять лет. Из завершенного эксперимента он эволюционировал в сложный, постоянно растущий и всем хорошо известный канал сбыта. И он никуда не исчезнет – покупки через интернет становятся все более популярными, демонстрируя внушительный рост из года в год и укрепляя свои позиции значительным вкладом в ежегодную выручку ритейлеров.

Такие компании как Amazon создали фундамент для развития электронной коммерции и инноваций в этой области. Во многом их пример подготовил почву для разработок в области многоканальных доставок, что вместе с постоянно растущим покупательским спросом и определяет формирование облика современных распределительных центров.

Для того, чтобы повторить модель работы Amazon, ритейлеры должны иметь превосходную систему выполнения заказов в тех случаях, когда есть возможность быстро и аккуратно доставить товар клиенту. Давно прошли



времена, когда срок доставки заказа, сделанного в интернете, составлял 7-10 дней и считался приемлемым. Сегодня доставка в день заказа или на следующий день стала считаться нормой. Заглядывая в будущее электронной коммерции можно предположить, что распределительные центры будут продолжать развиваться и становиться еще более сложными. Давайте попробуем представить задачи, которые будут стоять перед распределительным центром будущего и то, как поставщики услуг электронной торговли смогут их решить.

Задача исполнения заказа

РЦ электронной коммерции будут противостоять чудовищному давлению и спросу. Сегодня мы часто наблюдаем такую картину: работник склада начинает собирать заказ буквально через несколько минут после его размещения, а через пару часов сборка заказа будет завершена и заказ уедет к клиенту в тот же день.

Прослеживается тенденция к смещению времени приема заказов на выполнение – теперь даже заказы, размещенные позже полудня, зачастую собираются и отгружаются в тот же день.

К счастью, как правило, заказы, выполняемые день в день, небольшие – обычно одна позиция. То есть необходимо всего лишь найти нужный товар, распечатать отгрузочную этикетку и подобрать подходящий транспорт. Тем не менее, даже простые заказы могут вызвать трудности. Особенно, если в компании есть проблемы с оперативным обменом информацией и скоростью выполнения складских операций. А реальность такова, что с ростом емкости канала сбыта, электронные заказы будут становиться крупнее и выполнять их

станет все сложнее.

Распределительные центры должны гарантировать, что они готовы к таким задачам уже сегодня. Чтобы успешно исполнять заказы, ритейлерам придется использовать продвинутые WMS (системы управления складом), которые способны увеличить эффективность работы РЦ. Давайте рассмотрим пример, в котором технологические возможности WMS оказывают положительное влияние на продуктивность распределительного центра.

Представьте себе 20 разных заказов, в каждом из которых одна и та же рубашка одинакового размера и цвета. Экспертная WMS выдаст задание снять коробку с рубашками (пакетный отбор) и легко оптимизирует процесс сканирования для формирования отгрузочных этикеток для всех 20 заказов, а также сопоставит их с соответствующими упаковками. Значительное время сэкономлено на подборе сразу всех рубашек за один подход.

WMS с расширенными возможностями способна направлять сборщиков заказов к уже открытым коробкам с товарами, тем самым создавая более продуманные, эффективные маршруты движения по распределительному центру. В современном РЦ, работающем с электронной коммерцией, эти процессы критичны.

Если компания не использует инструмент, позволяющий работать с пакетным отбором и строить эффективные маршруты, она упускает огромные возможности уже сегодня и в скором будущем окажется не готовой к сложностям в будущем.

Управление возвратами



Обработка возвратов продолжает бросать вызов компаниям, занимающимся электронной коммерцией. Естественно, обработка возвратов для них стоит дороже, чем для розничных ритейлеров, а управление возвратной логистикой в цепочке поставок изначально является непростой задачей. Ключом для решения этой проблемы является гибкость, и один простой шаг, который могут предпринять РЦ для управления процессом обработки возвратов, это, например, вкладывать сразу этикетку для маркировки возврата в отгрузочную упаковку, тем самым упрощая процесс на стороне клиента.

Другой набирающий популярность способ вернуть товар – это вернуть его в магазин. Конечно, подобный вариант усложняет некоторые процессы, но такая практика становится все более распространенной и востребованной у клиентов. В независимости от того, как вы работаете с возвратами, эта проблема актуальна для всех ритейлеров. Первостепенное значение для обработки возвратов играет обеспечение гибкости и взаимосвязанности всех процессов, а так же создание условий для выполнения инструкций на местах.

И это только лишь малая доля тех задач, которые приходится решать распределительному центру с ростом популярности электронной коммерции. А с усложнением структуры заказов, сокращением времени на доставку, а также увеличением количества заказов через интернет-магазины, дальнейшие сложности в работе РЦ неизбежны. Ритейлеры должны быть готовы к будущим вызовам, используя экспертную WMS уже сегодня.

Материал опубликован на портале [LogLink.ru](#)