ИНФРАСТРУКТУРНЫЙ
ТОРМОЗ / 2
СТРАХОВАНИЕ ГРУЗОВ АДАПТИРУЕТСЯ
К НОВЫМ УСЛОВИЯМ / 3
ЛОГИСТИКА ОСВАИВАЕТ
ЦИФРУ / 4

Логистика

Вторник, 29 апреля 2025
Тематическое приложение
к газете «Коммерсантъ» **№13**

Коммерсантъ
ONLINE

Guide



ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ,
РЕДАКТОР GUIDE
«ЛОГИСТИКА»

КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Логистика в условиях глобализации экономики становится едва ли не главным фактором конкурентоспособности товара. Именно эта отрасль позволяет сделать так, что товар, произведенный за тысячи километров, может оказаться ниже по цене, чем аналогичное изделие, выпущенное в паре десятков километров от потенциального потребителя.

При этом, как ни парадоксально, несмотря на свою передовую роль в экономике, отрасль далеко не в топах рейтингов по цифровизации. Финансовый сектор, телеком и торговля современные технологии осваивают гораздо быстрее и активнее.

Особенно отстает цифровизация логистики в так называемой «последней миле» — на этапе доставки груза до конечного потребителя. Связано это с тем, что, как правило, на том участке чаще всего задействован малый и средний бизнес, для которого внедрение дорогостоящих технологий пока непозволительная роскошь.

Однако в ключевых узлах логистических операций цифровизация идет полным ходом и затрагивает все основные процессы: начиная с выстраивания маршрута и заканчивая хранением на складе. Вероятно, в будущем эти процессы только ускорятся: внедрение технологий позволяет экономить десятки процентов на логистических операциях. А в условиях острого дефицита рабочей силы вопрос минимизации человеческого фактора выходит в число приоритетных.

Все упирается, как всегда, в отсутствие инфраструктуры. Бизнес, безусловно, найдет способ ускорить процессы цифровизации, выберет оптимальное, самое дешевое решение. Но инфраструктура чаще всего прерогатива государства. Вряд ли даже крупный бизнес сегодня в состоянии потянуть проекты по созданию сети дорог для беспилотного транспорта. Ожидать от чиновников быстрых действий в этом направлении не приходится. Однако органы власти могут и должны создать условия для того, чтобы частному бизнесу стало выгодно и интересно создавать инфраструктуру самостоятельно.

↑
КОЛОНКА РЕДАКТОРА

ИНФРАСТРУКТУРНЫЙ ТОРМОЗ

ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ И СЕГМЕНТ ДОСТАВКИ РАСТУТ, ОДНАКО ПОЛОЖИТЕЛЬНУЮ ДИНАМИКУ СДЕРЖИВАЮТ ИНФРАСТРУКТУРНЫЕ ОГРАНИЧЕНИЯ. В ТЕКУЩЕМ ГОДУ ОНЛАЙН-ПРОДАЖИ ВЫРАСТУТ ПРИМЕРНО НА 32% ДО 14,9 ТРЛН РУБЛЕЙ, А РЫНОК БУДЕТ РАЗВИВАТЬСЯ С УЧЕТОМ ДЕФИЦИТА НЕ ТОЛЬКО КАДРОВ, НО И ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПЛОЩАДЕЙ. УЖЕ СЕЙЧАС ЭТО ВЫНУЖДАЕТ КРУПНЕЙШИХ ИГРОКОВ АВТОМАТИЗИРОВАТЬ ПРОЦЕССЫ СОРТИРОВКИ И ТРАНСПОРТИРОВКИ ТОВАРОВ. ЕКАТЕРИНА ДЫННИКОВА

По итогам 2024 года рынок онлайн-продаж товаров народного потребления вырос на 36,9% до 11,30 трлн рублей против подъема в 45% в 2023-м, подсчитали аналитики компании INFOLine. Рынок достиг определенного насыщения: чем больше его объем, тем сложнее сохранять прежние темпы роста. Продажи непродовольственных товаров выросли год к году на 36,5% до 10,02 трлн рублей, а их доля в розничном товарообороте non-food — на 5,2 п. п. до 34,4%.

Темпы роста доставки продуктов и товаров FMCG — выше рынка онлайн-продаж товаров народного потребления в целом, отмечают аналитики. По оценкам INFOLine, за 2024 год рынок онлайн-продаж в категории FMCG поднялся на 39,2% до 2,45 трлн рублей, что на 2,3 п. п. выше темпов роста рынка онлайн-продаж материальных товаров в России. Доля FMCG на рынке онлайн-продаж выросла на 0,4 п. п. до 21,7%. Продажи непродовольственных товаров увеличились год к году на 36,5% до 10,02 трлн рублей.

Как подсчитали в АКИТ, по итогам 2024 года самый большой объем онлайн-продаж пришелся на Москву (17,3% от суммы всех онлайн-покупок), далее идет Московская область (8,5%), а замыкает тройку Петербург (6,2%).

Тренд и драйвер роста рынка онлайн-торговли и доставки — активная экспансия крупнейших игроков в регионы, отмечает генеральный директор агентства «INFOLine-Аналитика» Михаил Бурмистров. Так, динамично развивались продажи в малых населенных пунктах, где практически отсутствуют торговые объекты по продаже непродовольственных товаров.

Крупнейшие маркетплейсы двигают рынок, наращивая компетенции за счет партнерства со сторонними логистическими операторами. Например, в конце 2024 года Ozon в партнерстве со СДЭК начал открывать совместные пункты выдачи заказов (ПВЗ) в населенных пунктах, где проживают менее 50 тыс. человек. «Яндекс Маркет» объявил о покупке службы доставки Boxberry, и теперь у него появятся пункты выдачи заказов еще в 20 регионах, перечисляет Михаил Бурмистров.

При этом участникам рынка приходится работать над качеством услуг. «Российские сервисы сразу приучили клиентов к высокому уровню услуг и клиентоориентированности. Задержка товара даже на день, долгое ожидание в пункте вывоза, помятая упаковка, проблемы с возвратом — россияне замечают все»,— говорит Михаил Бурмистров.

Помимо развития сети ПВЗ и сокращения сроков доставки, крупнейшие игроки активно развивают курьерскую доставку товаров на дом из сетей даркстореров партнеров («Самокат», «Яндекс Лавка»), а также доставку из ПВЗ (Wildberries и «Яндекс Маркет»).

«Кроме того, положительный эффект на развитие рынка оказывает развитие финтех-услуг крупнейших маркетплейсов по кредитованию как селлеров, так и клиентов»,— отмечает господин Бурмистров.

Крупнейшие игроки открывают и направления C2C-доставки. Вслед за «Яндекс Маркетом» в тестовом режиме доставку отправлений из ПВЗ для физлиц предлагают Wildberries и Ozon. Запуск новой услуги поможет оптимизировать затраты на логистику, говорит эксперт.



АЛЕКСАНДР КОРЖОВ

ЗА 2024 ГОД РЫНОК ОНЛАЙН-ПРОДАЖ В КАТЕГОРИИ FMCG ПОДНЯЛСЯ НА 39,2% ДО 2,45 ТРЛН РУБЛЕЙ

СПОРНАЯ ДОСТАВКА Некоторые аналитики полагают, что сегмент доставки товаров на дом, возможно, скоро достигнет насыщения. «В России доставка товаров покупателю домой занимает незначительную долю от общего объема электронной торговли (около 10% у того же Ozon), поскольку такая форма далеко не всегда удобна для потребителей»,— комментирует глава ГК INFOLine Иван Федяков.

Главный вызов для участников рынка e-com — высокая стоимость доставки, особенно «последней мили». «Это дорогое удовольствие во всем мире, не только в России, и с учетом роста конкуренции за курьеров эта стоимость стала недоступной для многих сервисов. Поэтому некоторые компании отказываются от доставки в пользу ПВЗ»,— говорит Иван Федяков.

Правда, есть сегмент, где без доставки на дом никак не обойтись, — это e-grocery, то есть продажи продуктов питания и готовых блюд, причем последняя категория стала драйвером сегмента. По подсчетам Ассоциации компаний розничной торговли (АКОРТ), готовая еда стала самым быстрорастущим направлением в ритейле в целом, а за прошлый год поднялась на четверть.

По наблюдениям представителей пресс-службы компании «Купер», в I квартале 2025-го сегмент готовой еды рос быстрее доставки из ресторанов. Он показал рост продаж на 10–15% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, а ресторанная доставка прибавила лишь 5–7%.

В 2025 году, по прогнозам INFOLine, рынок онлайн-продаж готовой еды увеличится почти на 40%. А к 2027-му объем этого рынка может вырасти втрое, считает председатель президиума АКОРТ господин Богданов.

К 2030 году федеральные торговые сети могут занять до 40% рынка готовой еды. Основной драйвер категории — развитие доставки в регионах. Крупные торговые сети планируют развивать это направление за счет расширения ассортимента и сервисов доставки за пределами больших городов, прогнозирует Станислав Богданов.

Из ритейлеров активно развивает доставку продуктов и готовой еды сеть «Вкусвилл». В прошлом году компания открыла 79 новых даркстореров, — это втрое больше, чем в 2023-м.

«По итогам 2024 года выручка сервиса доставки „Вкусвилл“ достигла 50% от оборота сети, показатель вырос на 3,2 процентных пункта. В непогоду и выходные дни доля онлайна уже превышает 50%»,— сообщили в пресс-службе «Вкусвилла».

Многие компании развивают экспресс-доставку продуктов. Тот же «Вкусвилл» запустил доставку товаров в течение часа в Москве, Петербурге и еще ряде городов.

Развивает быструю доставку и Ozon. Число пользователей Ozon fresh в Санкт-Петербурге в этом году увеличилось почти на 45%, а количество заказов — на 35%. Рост связан во многом с тем, что в апреле этого года сервис запустил в Северной столице быструю доставку за 30 минут без доплат, рассказали в пресс-службе компании.

«По итогам 2024 года количество клиентов Ozon fresh повысилось более чем на 40% год к году. Это стало возможным благодаря развитой инфраструктуре: сейчас у Ozon fresh свыше 150 даркстореров в девяти регионах. Более 15 из них находятся в Санкт-Петербурге, и до конца года это число вырастет в четыре раза»,— сообщили в пресс-службе Ozon.

Сервисы доставки конкурируют друг с другом, добавляя новые категории товаров, констатирует директор по бренду и коммуникациям «Самоката» Катерина Нечаева. Так, у компании появились товары из следующих категорий: косметика, одежда, электроника, книги и т. д.

Важными факторами при выборе сервиса становятся скорость доставки, разнообразие ассортимента, наличие системы лояльности, а также география присутствия»,— перечисляет госпожа Нечаева.

СДЕРЖИВАНИЕ И ПРОГНОЗЫ Эксперты называют ряд причин, сдерживающих дальнейшее развитие электронной торговли. «Это инфраструктурные ограничения: нехватка складских помещений и курьеров»,— говорит Михаил Бурмистров. По его мнению, ряд крупнейших маркетплейсов в 2024 году могли бы продемонстрировать более высокие темпы роста, если бы не дефицит инфраструктуры. Наиболее заметно это было у Wildberries, ряд селлеров которого в IV квартале испытывали сложности с поставкой товаров на склады и столкнулись с ростом логистических комиссий. У Ozon и «Яндекс Маркета» на некоторых складах тоже возникали локальные сложности, отмечает аналитик.

«Развитие интернет-торговли и, в частности, доставки особенно осложняется кадровым дефицитом: сегодня ритейлерам не хватает сборщиков и курьеров. Для решения этого вопроса компании прибегают к комплексному подходу, включающему нематериальные мотивационные программы и гибкие параметры сотрудничества, позволяющие привлечь разные категории соискателей»,— комментирует Станислав Богданов.

По прогнозам INFOLine, в 2025-м онлайн-продажи вырастут примерно на 32% до 14,9 трлн рублей. Рынок будет развиваться в русле ключевых трендов прошлого года, одним из которых стал дефицит логистических площадей и водителей и курьеров. Этот тренд вынуждает крупнейших игроков принимать меры по автоматизации процесса сортировки и транспортировки товаров.

Мощные драйверы рынка — подъем продаж в малых городах и инструменты рассрочки. Важную роль также играет развитие комплекса рекламных услуг как основного инструмента роста доходов площадок в условиях усиления ценовой конкуренции, отмечают в INFOLine. ■

В СОСТОЯНИИ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

ПРЕДСТАВИТЕЛИ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ РОССИИ СМОГЛИ АДАПТИРОВАТЬСЯ К НОВЫМ ГЕОПОЛИТИЧЕСКИМ УСЛОВИЯМ, НО УРОВЕНЬ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ В ОТРАСЛИ ОСТАЕТСЯ ОЧЕНЬ ВЫСОКИМ. АРТЕМ АЛДАНОВ

Российская транспортно-логистическая отрасль в последние три года за счет перестройки внешних маршрутов продемонстрировала высокую степень адаптации к санкционной и геополитической изоляции. Правда, признаются эксперты и участники рынка, сложности с новой международной логистикой все же есть. Негативно на отрасль влияют также непростая общеэкономическая ситуация в стране и транспортные инфраструктурные ограничения.



АЛЕКСАНДР КОРЖОВ

АВТОМОБИЛЬНЫЙ ТРАНСПОРТ БОЛЕЕ АДАПТИВЕН К НОВЫМ ТРЕБОВАНИЯМ РЫНКА, ЧЕМ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫЙ, ПОЭТОМУ НАБЛЮДАЕТСЯ СЕРЬЕЗНОЕ ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЕ ГРУЗОПОТОКОВ В ПОЛЬЗУ АВТОТРАНСПОРТА

ВНЕШНИЕ ФАКТОРЫ

С 2022 года транспортно-логистическая отрасль России претерпела значительную трансформацию под влиянием внешнеполитических и санкционных вызовов, считает управляющий партнер консалтинговой компании «2Б Диалог» Борис Богоутдинов. Главными драйверами отрасли стали переориентация внешнеэкономических потоков на восточные и южные направления, масштабная модернизация инфраструктуры, активное импортозамещение технологических решений и т. д. Объем грузов, перевезенных автотранспортом в 2024 году, достиг 4,65 млрд тонн, показав рост на 8,3% по сравнению с предыдущим годом. Особенно динамично развивалось направление в сторону Китая, где объем перевозок увеличился на 70%. Железнодорожный транспорт, несмотря на некоторое снижение общего объема перевозок — на 4,1%, продемонстрировал рекордные показатели по контейнерным перевозкам: 7,9 млн TEU в 2024-м, что почти на 6% выше уровня годом ранее. Это свидетельствует о продолжающейся контейнеризации логистики и росте устойчивых цепей поставок с мультимодальными решениями. Морские порты, несмотря на общее снижение грузооборота на 2,3%, показали существенный рост контейнерооборота — на 12,7% до 5,59 млн TEU, что подтверждает перестройку грузовой базы и гибкую адаптацию морской логистики к изменениям товарных потоков.

По словам генерального директора международной логистической компании Holding-Finance Broker Татьяны Кулябиной, отрасль адаптировалась к новым реалиям, ее перестало лихорадить, но градус неопределенности сохраняется. Один из важнейших трендов и драйверов роста транспортно-логистической отрасли — укрепление отношений и увеличение грузооборота со странами Глобального Юга и Азии. Растет товарооборот с Китаем, Индией, Монголией, Казахстаном. В сегменте международных контейнерных перевозок один из ключевых драйверов — обновление инфраструктуры погранпереходов, чтобы обеспечить бесперебойную работу по оформлению импортных поездов из Китая: «Сейчас все игроки рынка следят за малейшими изменениями на международной политической арене. Санкции не закончатся завтра. Мы ожидаем, что в некоторых сферах санкционное давление будет смягчаться, но в перспективе двух-трех лет нам придется работать в текущих условиях. В ближайшие два-три года в целом сохранятся те же тренды, которые мы видим сейчас: рост товарооборота со странами Глобального Юга и Азии, мультимодальность перевозок, развитие транспортных маршрутов — например, МТК „Север — Юг“, Севморпути.

Генеральный директор группы логистических компаний SLP logistic Михаил Горский отмечает, что, к сожалению, китайские партнеры не в состоянии полностью заменить европейские товары, особенно если мы говорим о высокотехнологичном оборудовании. «Если в 2023–2024 годах основным маршрутом санкционки в РФ был незавершенный транзит через Беларусь и далее в Россию, а „конечником“ — Киргизия, Казахстан и прочие, то сейчас на выезде из стран Балтии „трясут“ все машины. Целенаправленно ехать по данным маршрутам в 2025 году равноценно выстрелу себе в ногу. Вдобавок чиновники из ЕС очень быстро смекнули про „потерянные грузы“, выезжающие из ЕС и не доезжающие до конечных стран, и ввели понятие „запрещен экспорт и транзит через территорию РФ санкционных грузов“. Разумеется, бизнес находит новые маршруты, пути, но о них не говорят открыто»,— указывает он.

В настоящее время, добавляет господин Горский, китайские перевозчики сами начали заходить на российский рынок и открывать свои филиалы или полноценные юридические лица: «В первую очередь начинают страдать российские автомобильные перевозчики, которым теперь необходимо конкурировать с бывшими партнерами и бороться за своих клиентов, а то, какими методами и инструментами китайские предприниматели пользуются при заходе на наш рынок, мы уже слышали от отечественных автопроизводителей и не только».

НЕБОМ И ЗЕМЛЕЙ

По мнению ведущего специалиста операционного отдела NOVELCO Елисея Дрынова, авиаперевозки остаются важным звеном логистики, особенно для международных грузов. Закрытие европейского неба привело к созданию коридоров через Ближний Восток, Азию и Африку. Это укрепляет связи с Китаем, Индией и другими странами. Можно говорить о росте инвестиций в инфраструктуру. Модернизация аэропортов и развитие региональной авиации поддерживают отрасль. Государство финансирует строительство логистических хабов. Однако есть и сложности. Закрытие Европы увеличивает время и стоимость доставки. Санкции затруднили приобретение самолетов и запчастей. Рост цен на топливо снижает рентабельность. Наблюдается нехватка кадров.

В текущей ситуации, считает заместитель генерального директора ИПЕМ Александр Синев, автомобильный транспорт более адаптивен к новым требованиям рынка, чем железнодорожный, поэтому наблюдается серьезное перераспределение грузопотоков в пользу автотранспорта. «Действующие конфигурация железнодорожной сети, технология работы станций, организация работы сбытовых подразделений, технология управления движением рассчитаны в большей степени на потребности производственной инфраструктуры предшествующих периодов развития экономики. Оптимизация логистики поставок приходит к тому, что специфика железнодорожного транспорта становится системно некомплиментарной особенностям организации товародвижения в новых макроэкономических условиях. В этой связи основным стратегическим направлением развития ОАО „РЖД“ в долгосрочной перспективе является преобразование из железнодорожной в логистическую компанию, оказывающую комплексный продукт комбинированной перевозки от двери до двери»,— предполагает эксперт.

ОГРАНИЧЕННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

Генеральный директор «Аметист Кэпитал» Андрей Тян обращает внимание на существенный рост внутренней логистики. Основной фактор данного тренда — рост внутренних перевозок, где объем сборных грузов за последние девять месяцев увеличился на 22%. Это связано с активным развитием маркетплейсов и электронной коммерции, а также с наращиванием оборотов отечественной промышленности. Цифровизация и роботизация в логистике — еще одни ключевые тренды в отрасли.

Действительно, продолжает тему владелец сети дилерских центров коммерческого транспорта «Альянс Тракс» Алексей Иванов, цифровизация и автоматизация процессов являются основными драйверами развития отрасли. Внедрение современных технологий управления складами, интернета вещей, электронного документооборота позволяет оптимизировать логистику, повышать эффективность работы и сокращать операционные расходы. Однако есть и сдерживающие факторы развития: «К их числу можно отнести инфраструктурные ограничения, включая старение транспортной сети и недостаточную модернизацию железнодорожного и автомобильного транспорта. Эти проблемы особенно остро проявляются на фоне роста грузопотоков, что требует значительных инвестиций в обновление и расширение инфраструктуры. Сложности в логистике также связаны с дефицитом высококвалифицированных кадров и неполным развитием цифровых технологий в ряде регионов страны».

По мнению первого заместителя генерального директора «Байкал-Сервис ТК» Александра Зарецкого, в настоящее время наблюдается тренд на сокращение объемов перевозок, что влияет на тарифы и стоимость эксплуатации автопарков. Падение объемов перевозок связано с «замиранием» торговли. В текущих экономических условиях становится невыгодно вкладываться в товар на длительный срок: раньше это часто делалось за счет кредитных средств. «Стоимость логистики в стоимости товаров сейчас занимает существенную долю. Очевидно, что рост стоимости перевозки потянет за собой увеличение стоимости товаров. Внутри страны эта ситуация достаточно быстро пришла бы к равновесию. Однако возможное увеличение импортных поставок может существенно усугубить ситуацию, что, в свою очередь, приведет к новому витку роста стоимости перевозок. Дорогая логистика всегда будет играть против роста экономики страны»,— подчеркивает представитель рынка.

Безусловно, отмечает управляющий партнер аналитического агентства «ВМТ Консалт» Екатерина Косарева, строить прогнозы в горизонте двух-трех лет в транспортно-логистической отрасли сейчас задача нетривиальная. «До 2020 года никто не ожидал пандемии, до 2022-го — масштабной геополитической перестройки. Поэтому говорить о будущем можно лишь в рамках условных сценариев. В целом игроки внутрироссийского рынка адаптировались к новой нормальности, научились работать в условиях санкционного давления и перебоев в международной кооперации. Но уровень неопределенности по-прежнему высок: внешние шоки и технологические ограничения могут в любой момент изменить правила игры»,— резюмирует эксперт. ■

ЛОГИСТИКА ОСВАИВАЕТ ЦИФРУ

ПО ИТОГАМ 2024 ГОДА В ЦИФРОВИЗАЦИЮ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ СЕВЕРО-ЗАПАДА РФ БЫЛО НАПРАВЛЕНО В ВИДЕ ИНВЕСТИЦИЙ И БЮДЖЕТНЫХ СРЕДСТВ ОКОЛО 2,1 МЛРД РУБЛЕЙ. ЭТО НЕМНОГИМ МЕНЕЕ 10% ОТ ВСЕХ ЗАТРАТ НА ЦИФРОВИЗАЦИЮ ОТРАСЛИ ПО ВСЕЙ РОССИИ. РОМАН МАСЛЕННИКОВ

По итогам 2024 года на цифровизацию транспортно-логистической отрасли в целом по России было направлено порядка 24 млрд рублей, включая средства национальных проектов, бюджетов регионов и частных инвесторов. В Северо-Западном федеральном округе объем вложений составил около 2,1 млрд рублей, подсчитала управляющий партнер аналитического агентства «ВМТ Консалт» Екатерина Косарева. Наибольшие инвестиции пришлись на Петербург, Ленобласть и Карелию — регионы с высокой концентрацией логистических узлов и транспортных коридоров.

«Среди ключевых тенденций — рост интереса к технологиям искусственного интеллекта, особенно в прогнозировании спроса, формировании маршрутов и управлении складскими запасами. Активно внедряются цифровые двойники для моделирования логистических процессов и предиктивной аналитики. Возрастают требования к кибербезопасности и цифровому суверенитету: предприятия стараются использовать отечественное ПО, особенно в стратегических сферах»,— перечисляет она.

Серьезные проблемы сохраняются в вопросах интеграции различных цифровых систем между участниками цепочек поставок. «Логистика — это всегда множество контрагентов, и отсутствие единых стандартов мешает полноценной цифровой трансформации. Вторая проблема — дефицит квалифицированных ИТ-кадров, особенно в регионах. И третья — инерция среднего бизнеса, не желающего вкладываться в цифровизацию без очевидной окупаемости»,— говорит госпожа Косарева.

Наиболее активно цифровизируются системы слежения за грузами и управления логистикой. Здесь на переднем плане внедрение RFID-меток, IoT-устройств, GPS/ГЛОНАСС-мониторинга, платформ для отслеживания в реальном времени и автоматизированного планирования маршрутов. Вторая важная зона — электронный документооборот, особенно в B2B-направлении. Компании стремятся минимизировать бумажные документы, переводят договоры, накладные, акты в ЭДО и интегрируют эти процессы с ERP-системами. Третье перспективное направление — логистическая аналитика. «Сбор и обработка больших данных позволяют не только мониторить эффективность перевозок, но и прогнозировать пиковые нагрузки, оптимизировать склады и транспортные маршруты»,— рассказал владелец сети дилерских центров коммерческого транспорта «Альянс Тракс» Алексей Иванов.

Наименее цифровизированными остаются малотоннажные и региональные перевозки, особенно в сфере автомобильного транспорта, а также внутренняя логистика предприятий в сфере промышленности и сельского хозяйства. Зачастую там отсутствуют даже базовые ИТ-системы управления. Отдельная проблема — слабая ИТ-инфраструктура в малых городах и на отдаленных участках трасс.



РАЗРАБОТАНО FREEPIK

ВАЖНЫМ НАПРАВЛЕНИЕМ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКСПЕРТЫ НАЗЫВАЮТ РАЗВИТИЕ АВТОНОМНОГО ТРАНСПОРТА, СПОСОБНОГО ВЫПОЛНЯТЬ РУТИННЫЕ ЗАДАЧИ ГРУЗОПЕРЕВОЗОК БЕЗ ВМЕШАТЕЛЬСТВА ЧЕЛОВЕКА

НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ Современная логистика переживает этап масштабной цифровой трансформации, которая становится неотъемлемой частью стратегии производственных компаний, уверен директор по ИТ АО «Кондитерское объединение „Любимый край“» Вячеслав Истин.

Автоматизация складов остается одним из самых активно развивающихся направлений цифровизации. По данным господина Истина, на рынке WMS (warehouse management system, система управления складом.— **G**) в России к концу 2023 года автоматизацией охвачено более 60% складов класса А и около 25–50% складов класса В. Однако склады низких категорий (С и D) практически не автоматизированы, что открывает значительный потенциал для роста.

К основным тенденциям в этом сегменте цифровизации господин Истин относит расширение внедрения WMS-систем. По его оценкам, к 2027 году доля складов с внедренными WMS-системами вырастет до 80% в сегменте класса В. Это позволит ускорить процессы обработки заказов, повысить точность выполнения операций и снизить зависимость от человеческого фактора, уверен эксперт. Важным трендом является интеграция с другими системами. «Складские системы будут все глубже интегрироваться с ERP, транспортными системами — TMS и системами управления цепочками поставок — SCM, создавая единое цифровое пространство для управления логистикой»,— рассказывает господин Истин. Еще один важный тренд — переход на импортонезависимые платформы. «Компании активно заменяют зарубежные WMS-системы на отечественные продукты, такие как решения на базе „1С:Предприятие“ и PostgreSQL»,— говорит он.

Как считает господин Истин, цифровизация автотранспорта становится критически важной из-за роста объемов перевозок и дефицита водителей. По его данным, объем автомобильных грузоперевозок в России в 2023-м достиг 6979 млн тонн (+8% год к году). Это создает повышенную нагрузку на логистические системы и увеличивает потребность в автоматизации, отмечает эксперт.

Сегодня происходит оптимизация маршрутов с помощью ИИ: алгоритмы машинного обучения анализируют данные о трафике, погодных условиях и загруженности дорог, предлагая наиболее эффективные маршруты доставки. Это позволяет снизить расходы на топливо и время доставки.

Активно внедряются облачные решения для мониторинга транспорта. Увеличивается доля проектов с использованием облачных технологий, таких как Dedicated Cloud и Multi-tenant Cloud, для мониторинга состояния транспортных средств и прогнозирования техобслуживания.

Еще одной важной тенденцией эксперты называют электронный документооборот: ИИ автоматизирует обработку документов, включая счета-фактуры, накладные и таможенные декларации, что повышает прозрачность процессов.

Следующим важным трендом становится роботизация складов. Это уже одно из ключевых направлений цифровизации. «Хотя сегодня только 5% проектов включают элементы роботизации, этот тренд набирает популярность благодаря снижению зависимости от человеческого фактора и повышению эффективности работы»,— отмечает господин Истин.

ЦИФРОВЫЕ ДВОЙНИКИ На этом фоне создание виртуальных моделей складов для тестирования и оптимизации процессов становится все более востребованным.

Заместитель генерального директора по развитию ГК «Деловые Линии» Дмитрий Хрущалев говорит: «Применение технологии цифровых двойников помогает оценить окупаемость инвестиций при запуске новых подразделений, сокращая время на принятие решений на 50% и сроки реализации продуктов на 20%. Внедрение робототехники также играет важную роль. Например, в нашем новосибирском подразделении используется система автоматизированной сортировки посылок весом до 30 кг. Технология повышает производительность процесса примерно в полтора раза, а также снижает трудоемкость операций и себестоимость сортировки». По его словам, сейчас активно применяются и API-интеграции, когда решение внедряется в систему клиента и позволяет без найма новых сотрудников упростить управление логистикой, увеличивая количество перевозок.

Заместитель генерального директора — коммерческий директор ООО «ЭвоКарго» Василий Жуков еще одним важным направлением цифровизации считает развитие автономного транспорта, способного выполнять рутинные задачи грузоперевозок без вмешательства человека.

«Использование автономного транспорта охватывает широкий спектр направлений: железные дороги, магистральную перевозку грузов, городскую доставку, „последнюю милю“, межскладские и межцеховые перемещения, портовые операции, перронную обработку грузов и почты и не только. Фактически использование автономного транспорта для данного многомиллиардного рынка логистических услуг — вынужденная мера с учетом естественных физиологических ограничений человека (ограниченное поле зрения, усталость, изменяющееся эмоциональное состояние и т. д.) и современных вызовов: нехватки водителей, роста стоимости эксплуатации автопарка»,— рассуждает господин Жуков.

Умный автономный транспорт способен восполнить дефицит рабочей силы, сократить расходы на содержание флота и минимизировать риски человеческого фактора. «Так, автономные электрогрузовики Evocargo N1 перевозят грузы круглосуточно в любых погодных условиях и снижают операционные затраты на топливо за счет работы на электроэнергии, оптимизируют расходы на ФОТ»,— говорит эксперт.

В СЕРЕДИНЕ РЕЙТИНГА Отрасль транспортной логистики сегодня занимает среднее положение по уровню цифровизации относительно других секторов экономики. Существенно опережают ее финансы, телекоммуникации и торговля — в первую очередь из-за высокого уровня клиентского сервиса и прямого цифрового взаимодействия с пользователями. «В логистике разрыв между крупными компаниями и малым бизнесом особенно заметен: у лидеров, например РЖД, «Деловых Линий» и СДЭК, цифровизация идет достаточно активно, тогда как небольшие перевозчики продолжают работать по устаревшим схемам»,— рассказывает Алексей Иванов.

СЛОЖНАЯ ЗОНА Директор по ИТ, процессам и инновациям FM Logistic в России Джонатан Воложчик считает, что в логистике наиболее сложная зона для цифровизации — «последняя миля»: «Основное препятствие для развития — высокая фрагментация направлений: большое количество участников, разные стандарты, слабая техническая готовность малого бизнеса. Например, электронные накладные все еще не приняты повсеместно и часть операций приходится выполнять вручную. В международной логистике дополнительное влияние оказывают различия в требованиях и форматах, принятых в разных странах».

«В 2024 году мы наблюдали рост инвестиций в цифровизацию, особенно в автоматизацию складских операций и улучшение клиентского опыта. Например, внедрение электронного документооборота сократило сроки оформления на 30–40%, а клиентские порталы повысили прозрачность логистики для наших заказчиков. Автоматизация для компаний — это снижение затрат и повышение эффективности, для клиентов — скорость и удобство взаимодействия»,— говорит он. Господин Воложчик ожидает в этом году продолжения тенденции: роста интеграции с клиентскими ИТ-системами и скорости их внедрения. «Рассчитываем также на развитие автоматизации процессов — пока преимущественно внутренних — с использованием ИИ. Возможно, мы сможем найти выгоду для 3PL в предиктивной аналитике — в том, что ранее казалось неочевидным»,— рассказал эксперт. ■

Тематическое приложение к газете «Коммерсантъ» (онлайн-выпуск Санкт-Петербург, Guide «Логистика»)

Роман Уманский — генеральный директор АО «Коммерсантъ»
Михаил Лукин — главный редактор
Анатолий Гусев — автор дизайн-макета
Андрей Ершов — главный редактор СПб страниц
Александр Коряков — бильд-редактор
Валерий Грибанов — выпускающий редактор
Евгения Старкова — корректор
Мария Громова — верстка
Мария Кузнецова — отдел спецпроектов
Марина Победенная — рекламная служба

Адрес редакции и издателя: 123112, г. Москва, Пресненская наб, д.10 этаж 35. Тел. (495) 797-6970. Адрес редакции в Санкт-Петербурге: 191024, Харьковская ул., д. 8А, лит А. Тел. (812) 324-6949

Учредитель: АО «Коммерсантъ».
Тематическое приложение к газете «Коммерсантъ», зарегистрировано Роскомнадзором, регистрационный номер и дата принятия решения о регистрации ПИ №ФС77-76923 от 11.10.2019 года

В печатном виде номер не выходит.
Распространяется бесплатно.
16+

Обложка разработана Freepik