



Автоматизация транспортной логистики в ритейле. Есть ли альтернатива зарубежным системам?

Бизнес в розничной торговле сегодня сложно представить без систем автоматизации транспортной логистики. Ритейлеры привыкли работать на решениях зарубежных вендоров, уход которых поставил под угрозу настроенные логистические процессы во многих компаниях. Чего ждать от российских разработчиков и когда стоит начинать процесс импортозамещения? Об этом рассуждает Алексей Загайнов, директор по отраслевым решениям в ритейле и FMCG компании K2Tech*.



Расскажите, как сейчас обстоят дела с автоматизацией транспортной логистики в ритейле?

Ритейл всегда был на передовой в части автоматизации логистических процессов, поскольку на эффективном управлении логистической цепочкой базируется бизнес розничной торговли. Системы автоматизации транспортной логистики — TMS-системы (Transportation Management System) — сегодня внедрены более чем у 90 % крупных ритейл-компаний. И сейчас перед отраслью стоит сложная и объемная задача по миграции на российские решения.

Поддерживать западные системы становится все сложнее и дороже — специалисты, которые хорошо знают импортные решения, переквалифицируются на другие задачи или уезжают за границу. Кроме того, изменения в конъюнктуре рынка влияют на ситуацию с транспортной логистикой не лучшим образом. На приграничных территориях появляются транзитные склады, растет количество мультимодальных пере-

возок, компании увеличивают страховые запасы, чтобы избежать дефицита. На этом фоне стабильность работы логистических систем становится критически важной для бизнеса. И мы видим, что отрасль постепенно пришла к выводу, что от ушедших вендоров придется отказаться.

Какие сегодня есть доступные решения? Способны ли они заменить западных производителей?

События прошлого года для нас, как интегратора, тоже оказались серьезным вызовом. Мы сразу начали анализировать ситуацию, чтобы понять, что будет с рынком логистических решений после ухода зарубежных вендоров. Мы внимательно изучали производителей, тестировали российские продукты и выделили ряд вендоров, сопоставимых с теми, что предстоит заменить. Сейчас это порядка пяти производителей, и это немало.

Это разработчики, которые очень активно растут, развивают свои продукты, чтобы удовлетворить потребо-

сти заказчиков в части локализации. Потому что отрасль ритейла, как я уже говорил, всегда была на шаг впереди и требования к системам здесь очень высокие. Однако нужно понимать, что отечественный рынок TMS развивался до 2022 г. не очень активно и сегодня у нас нет единого коробочного решения, которое полностью покрывало бы все функциональные области транспортной логистики. Поэтому мы разделили производителей на четыре категории по ключевым функциональным областям: мультимодальные перевозки, взаимодействие с перевозчиками и тендеры, маршрутизация, управление парком.

На старте проекта мы анализируем бизнес-требования заказчика и смотрим, какое решение нужно брать за базис. И уже в рамках проекта вендор адаптирует в этом решении дополнительные функциональные блоки, которые важны для конкретного заказчика.

**Статью целиком читайте
в бумажной версии журнала**