

# ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ПРОДАВЦА, СОРТИРОВОЧНОГО ЦЕНТРА И ПУНКТОВ ВЫДАЧИ В ПРОЦЕССЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ГРУЗОПОТОКА НА ПРИМЕРЕ МАРКЕТПЛЕЙСА ЯНДЕКС МАРКЕТ

**Рынжа Алина Федоровна\***

Студент

dicorus@mail.ru

\*Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет (МАДИ)  
г. Москва, Россия

## **Аннотация:**

С каждым годом популярность маркетплейсов растёт, вместе с этим растёт интерес к ним и к их работе. Учитывая скорость доставки (от 30 минут) и объёмы продаж, можно сделать вывод, что маркетплейсы обладают огромными логистическими мощностями. Целью данной статьи является рассмотрение логистики распределения маркетплейса Яндекс Маркет, а именно: взаимодействие продавца, сортировочного центра и пунктов выдачи на всех этапах перемещения грузов. Статья даёт общее представление об обработке грузов перед передачей товаров на склад Яндекс Маркет, о способах доставки груза на склад, о этапах обработки поставки на складе, о доставки груза получателю со склада Яндекс Маркет и о работе пунктов выдачи Яндекс Маркет. Информация из настоящей работы может помочь исследователям в изучении логистики маркетплейса Яндекс Маркет. Методологической основой для написания статьи стало наблюдение в процессе работы с партнёрами Яндекс Маркет.

## **Ключевые слова:**

логистика, онлайн-торговля, маркетплейс, Яндекс Маркет, сортировочный центр, пункт выдачи заказов

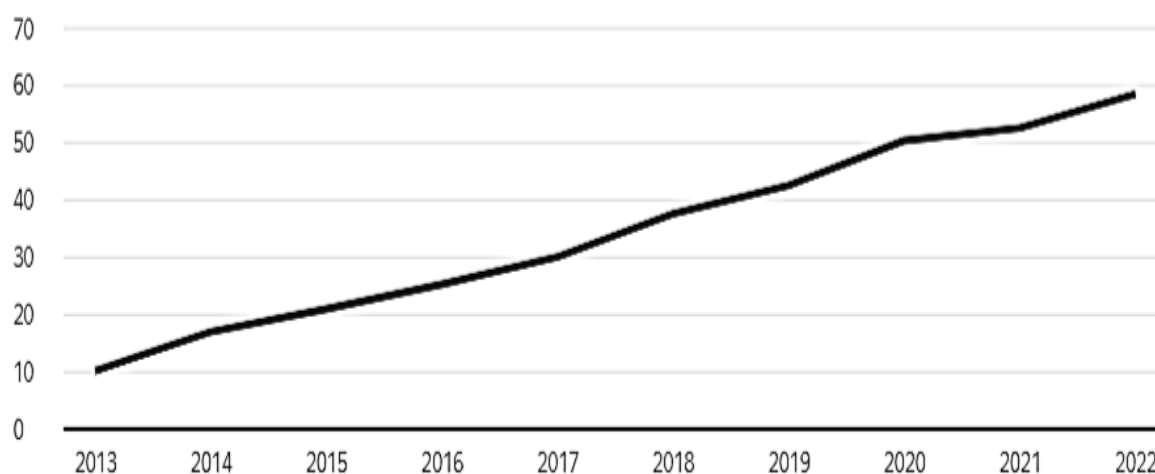
---

**УДК** 656.025.4

**Для цитирования:** Рынжа А.Ф. Взаимодействие продавца, сортировочного центра и пунктов выдачи в процессе распределения грузопотока на примере маркетплейса Яндекс Маркет / А.Ф. Рынжа // Контентус. – 2023. – № 75. – Т.6. – С. 54 – 61.

---

Каждый год силами Яндекс Маркета и GfK Rus проводится опрос россиян на тему онлайн-покупок. И каждый год процент людей, покупающих онлайн, растёт (рис. 1). В связи с этим увеличивается и грузопоток онлайн-платформ.



**Рисунок 1** – Процент жителей 16-55 лет, покупающих онлайн чаще одного раза в год

Яндекс Маркет занимает третье место среди всех маркетплейсов и в 2021 году достиг товарооборота в 160.44 млрд рублей. Он не только берет на себя функции агрегатора, но и работу по упаковке, хранению и доставке товара [10].

Целью написания данной статьи является детальное описание работы логистики распределения Яндекс Маркет.

#### **Склады Яндекс Маркета.**

Яндекс Маркет имеет три вида складов: обычный, транзитный и возвратный.

Обычный (или, как его ещё называют, фулфилмент-центр) занимается проверкой, упаковкой и хранением. Сюда привозят товары все продавцы, которые работают по системе FBY. Он же принимает возвращённые/невыкупленные товары продавцов системы FBY.

Транзитный склад выполняет те же функции, что и обычный, единственное отличие – он не осуществляет долгосрочное хранение и является перевалочным пунктом, где товары хранятся не более недели, а потом уезжают на обычный склад. Транзитный склад не принимает возвратный груз, поэтому продавцу, который хочет забрать свои товары, придётся ехать на основной или возвратный склад [6].

Возвратный склад только один и находится в Софьино (Московская область). Он обрабатывает только возвращённые/невыкупленные товары продавцов, которые работают по системе FBS Москве и Московской области [2].


#### **Модели работы.**

Решающим фактором в распределении грузопотока являются модели работы Яндекс Маркета с продавцами. Их четыре: FBY, FBS, Express, DBS.

FBY расшифровывается как Fulfillment by Yandex, в других маркетплейсах эту модель можно найти под названиями FBO (OZON), FBW

и FBM (Wildberries), «Витрина + Фулфилмент» (СберМегаМаркет), FBA (Aliexpress). Суть данной модели заключается в том, что продавец упаковывает весь необходимый товар и привозит его в большом объёме на склад Яндекс Маркета, всю остальную работу по упаковке единиц товара и доставке берет на себя Яндекс (рис. 2).

Продавец			Яндекс Маркет	
Загружает каталог товаров и устанавливает цены	Упаковывает товары по правилам Яндекс Маркет	Привозит товары на склад Яндекс Маркет	Хранение товаров до заказа на собственных складах	Обработка заказа и доставка до получателя



**Рисунок 2** – Графическое представление модели работы FBY

Продавец подготавливает товар: упаковывает, клеит штрих-коды, заполняет акт приёма-передачи, затем подаёт заявку на удобный для него склад (он может выбрать как обычный, так и транзитный), чтобы забронировать время, когда он сможет приехать на разгрузку (это необходимо, чтобы на складе не было очередей).

После этого продавец приезжает на склад в зону отгрузки и приёма товаров, в среднем, на разгрузку требуется один час. Такая скорость достигается за счёт системы электронного оформления поставок и системы QR-кодов. После приёма грузы проверяются на целостность и распределяются по весу, габариту и наполнению в зоне хранения [7, 8].

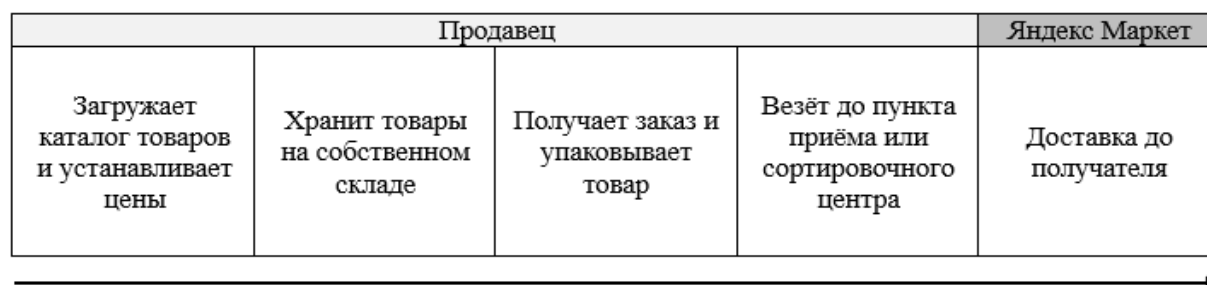
Для хранения используется система ячеек, каждая из которых имеет собственный QR-код. После того как в систему попадёт информация о новом заказе, работник склада заберёт товар из ячейки, положит в контейнер и поставит на конвейер, так товар попадает в зону сортировки и упаковки [5].

Сортировка происходит автоматически – на конвейерной ленте стоит сканер, который считывает QR-код с контейнера и перемещает контейнер на необходимую линию (каждая линия соответствует району или городу, в который должен отправиться товар). После рассортировки товар упаковывается работниками склада вручную, это последний шанс проверить правильность сборки отправления, после этого все упакованные товары ставят на палету и развозятся [1].

Далее товары могут попасть на склад повторно, пройти ту же самую процедуру сортировки, но в конечном итоге они приедут в пункт выдачи заказов (ПВЗ), постапат или же будут переданы в курьерскую службу. Доставку от конечного склада до потребителя называют «последней милей». Она играет решающую роль в доставке – на этом этапе происходит очная встреча с клиентом, которая может оставить

неприятные впечатление и стать причиной низкой оценки качества доставки.

FBS расшифровывается как Fulfillment by Seller и означает, что маркетплейс берет на себя только перевозку товара, а все остальное выполняет продавец (рис.3).



**Рисунок 3** – Графическое представление модели работы FBS

Рассмотрим детальнее: особенности начинаются с самого начала, продавец по методу FBS подготавливает только те товары, которые были заказаны покупателями, т.е. он формирует не поставку, как в FBY, а отдельные заказы. Упаковка также будет отличаться, товары одного заказа помещаются в транспортировочную упаковку, на которой уже есть все данные для отправки конкретному получателю. Потом продавец отвозит все заказы в пункт приёма (обычно это ПВЗ) или сразу на склад. Тут ещё одно отличие, продавец по системе FBS, должен отвозить заказы каждый день, тогда как в системе FBY необходимость отвозить товары появляется только тогда, когда они заканчиваются на складе Яндекс Маркета.

В пункте приёма у продавца заберут все заказы и отправят на склад, вместе заказами других продавцов по модели FBS.

Товары, сформированные в заказы, попадут в зону отгрузки и приёма, пройдут все необходимые этапы, как и в FBY, а дальше, минуя зону хранения, сразу уедут в зону сортировки, там их распределят на маршруты и без дополнительной упаковки (заказ уже упакован в транспортировочную упаковку продавцом) поставят на палету. Последующие этапы не будут отличаться от модели FBY [9].

Express или FBS-express отличается от обычного FBS тем, что на сборку и доставку отводится 1-2 часа. Происходит это так: продавец собирает заказ за 30 минут, как только заказ будет собран, курьер Яндекс Маркета заберёт его со склада продавца и отвезёт покупателю. Express доставка доступна только в пределах города, в котором находится склад [3].

Продавец			Яндекс Маркет
Загружает каталог товаров и устанавливает цены	Хранит товары на собственном складе	Получает заказ и упаковывает товар	Курьер Яндекс Маркет забирает заказ у продавца и доставляет до получателя

**Рисунок 4** – Графическое представление модели работы FBS-express

DBS расшифровывается как Delivery By Seller. Эта модель предполагает, что Яндекс Маркет является только агрегатором, а хранение, упаковку и доставку осуществляет продавец (рис.5). Чаще всего продавцы, которые выбирают такую модель имеют возможность доставлять заказы своими силами, но бывает и так, что продавец заключает договор с какой-либо транспортной компанией.

Продавец			
Загружает каталог товаров и устанавливает цены	Хранит товары на собственном складе	Получает заказ и упаковывает товар	Доставка до получателя

**Рисунок 5** – Графическое представление модели работы DBS

#### **Роль пункта выдачи заказов.**

Пункты выдачи заказов (ПВЗ) работают с моделями FBY и FBS и могут обрабатывать как прямой, так и обратный грузопоток. Все посылки прямого потока приходят одной централизованной поставкой, задача пункта выдачи – проверить отправления на целостность, провести приёмку и выдать, когда покупатель придёт за своим заказом. На практике у работников обычно не возникает проблем с данными отправлениями.

Немного сложнее устроен обратный поток, который состоит из не востребуемых посылок (невыкуп), возвращённых (клиентский возврат) и посылок продавцов FBS (дроп-офф).

Не востребуемые посылки и клиентские возвраты отправляют обратно на склад, из которого они приехали. Если в ПВЗ приезжают отправления с разных складов, соответственно формируется несколько возвратных маршрутов. Обычно это выглядит как несколько транспортировочных мешков с надписью склада, например, мешок «Дзержинский» и мешок «Грибки» [4].

Отправка товаров продавцов FBS на склад называется дроп-офф. Задача пункта выдачи принять у продавца отправления, обработать их в системе и отправить на склад таким же образом, как и невостребованные и возвращённые посылки. Важно отметить, что дроп-офф отправляется отдельным потоком, т.е. на склад «Дзержинский» поедет мешок с клиентскими возвратами и невыкупками и отдельно от него поедет мешок с отправлениями дроп-офф (забирать их будут разные курьеры).

Пункт выдачи заказов является последним этапом в перемещении грузов. Так, в данной статье описано перемещение товаров Яндекс Маркет начиная со сборки на складе продавца и заканчивая вручением получателю.

## Список использованных источников

1. **Беляев В.М.** Логистическая система предприятия, осуществляющего доставку товаров по предварительным заказам / В. М. Беляев, М. И. Малышев // . 2009. № 4. С. 17-18. EDN KХМУМХ.
2. **Беляев В.М.** Типизация и классификация предприятий осуществляющих доставку товаров по предварительным заказам / В. М. Беляев, М. И. Малышев // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. 2009. № 2. С. 35-38. EDN KHRBXV.
3. **Дмитриев А.В.** Методологические основы управления логистикой транспортно-складских центров //Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2012. – №. 6. – С. 76-81.
4. **Коновалова Т.В., Надирян С.Л., Миронова М.П.** Совершенствование методов оптимизации транспортно-логистических издержек в торгово-транспортно-логистических системах // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2020. №. 9. С. 197-199.
5. **Малышев М.И.** Управление распространением цифровых информационных технологий в транспортных системах / М. Малышев // Логистика. 2023. № 1(193). С. 35-40. DOI 10.54959/22197222\_2023\_01\_35. EDN PDDZEM.
6. **Малышев М.И.** Инновационные инструменты обеспечения омниканальности в управлении цепями поставок / М. И. Малышев // Технологии информационного общества : Сборник трудов XVI Международной отраслевой научно-технической конференции, Москва, 02–03 марта 2022 года. Москва: ООО "Издательский дом Медиа паблишер", 2022. С. 256-258. EDN TGOHPM.
7. **Малышев М.И.** Использование возможностей искусственного интеллекта для выявления повреждённых грузов по внешнему виду упаковки при выполнении логистических операций / М. И. Малышев // Мир транспорта. 2022. Т. 20, № 4(101). С. 61-72. DOI 10.30932/1992-3252-2022-20-4-5. EDN YUYQBL.
8. **Малышев М.И.** Особенности процесса внедрения инновационных цифровых технологий в логистике // Цифровая трансформация транспорта: проблемы и перспективы : Материалы международной научно-практической конференции, Москва, 28 сентября 2022 года / Институт управления и цифровых технологий. Кафедра «Цифровые технологии управления транспортными процессами». Москва: Российский университет транспорта, 2022. С. 247-253. EDN ASQPEW.
9. Методы оценки логистических затрат и пути их оптимизации // 2013. № 2. С. 30-33. EDN QBWXEN.
10. Развитие онлайн-торговли в России. 2022: [Электронный ресурс] // Яндекс. URL: <https://yandex.ru/company/researches/2022/ecomdash> (Дата обращения 13.04.2023).

# **INTERACTION OF THE SELLER, THE SORTING CENTER AND PICK-UP POINTS IN THE PROCESS OF DISTRIBUTION OF CARGO TRAFFIC ON THE EXAMPLE OF THE YANDEX MARKET MARKETPLACE**

**Rynzha Alina Fedorovna\*\***

Student

dicorus@mail.ru

\*\*Moscow Automobile and Road State Technical University (MADI),  
Moscow, Russia

## **Abstract:**

Every year the popularity of marketplaces is growing, along with this interest in them and their work is growing. Considering the speed of delivery (from 30 minutes) and sales volumes, we can conclude that marketplaces have huge logistical capacities. The purpose of this article is to consider the logistics of the distribution of the Yandex Market marketplace, namely: the interaction of the seller, the sorting center and pick-up points at all stages of cargo movement. The article gives a general idea of cargo handling before the goods are transferred to the Yandex Market warehouse, about the methods of cargo delivery to the warehouse, about the stages of delivery processing in the warehouse, about cargo delivery to the recipient from the Yandex Market warehouse and about the work of the Yandex Market pick-up points. The information from this paper can help researchers in studying the logistics of the Yandex Market marketplace. The methodological basis for writing the article was the observation in the process of working with Yandex Market partners.

## **Keywords:**

logistics, online trade, marketplace, Yandex Market, sorting center, order pick-up point