



Презентация проекта

**«Разработка и внедрение комплексной логистической услуги уровня 3PL,
в современной транспортно- экспедиционной компании»**

Автор проекта: Чиняков Алексей Юрьевич
Группа: 790



TRASKO[®] | TRANSPORT &
FORWARDING
COMPANY

БИЗНЕС



1 250
сотрудников

25 лет
на рынке

7,8 млрд
выручка

18
услуг

TRASKO

3 952
клиента

21
филиал

74 552
перевозки

430
автопоездов



Автомобильные перевозки



Сборные грузы



Таможенное оформление



Мультимодальные перевозки



Авиационные перевозки



Проектные перевозки

ВЫЗОВЫ БИЗНЕСА

- ❖ ПОВЫШАЕТСЯ СПРОС НА КОМПЛЕКСНУЮ ЛОГИСТИКУ
- ❖ СНИЖАЕТСЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ БИЗНЕСА
- ❖ УВЕЛИЧИВАЕТСЯ КОНКУРЕНЦИЯ (59 296 компаний с аналогичным ОКВЭД)
- ❖ ПРОБЛЕМНЫЙ КЛИЕНТСКИЙ ПОРТФЕЛЬ
- ❖ АКЦЕНТ В ПОЗИЦИОНИРОВАНИИ НА ТРАНСПОРТНО-ЭКСПЕДИЦИОННЫХ УСЛУГАХ

ГИПОТЕЗА



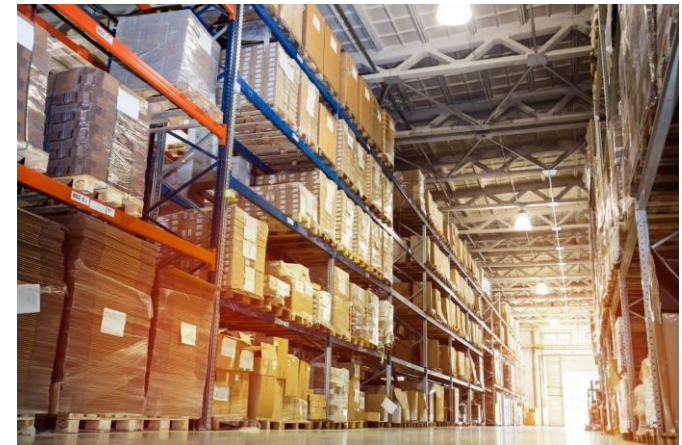
Предложив рынку услугу складского сервиса в качестве «якорной услуги», компания может повысить процент удержания клиентов и свою выручку, это позволит полноценно позиционировать себя на рынке в качестве 3PL оператора с полным комплексом услуг.

First Party Logistics (1PL) – это автономная логистика, все операции выполняет сам грузовладелец;

Second Party Logistics (2PL) предполагает, что компания оказывает традиционные услуги по транспортировке;

Third Party Logistics (3PL) выходит за пределы простой транспортировки товаров. Например, в перечень услуг 3PL-оператора входят складирование, перегрузка, дополнительные услуги со значительной добавленной стоимостью, а также использование субподрядчиков;

Fourth Party Logistics (4PL) это интеграция всех компаний, вовлеченных в цепь поставки грузов. 4PL-провайдер уже решает задачи, связанные с планированием, управлением и контролем всех логистических процессов компании-клиента с учетом долгосрочных стратегических целей.



ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРОЕКТА

Цели проекта:

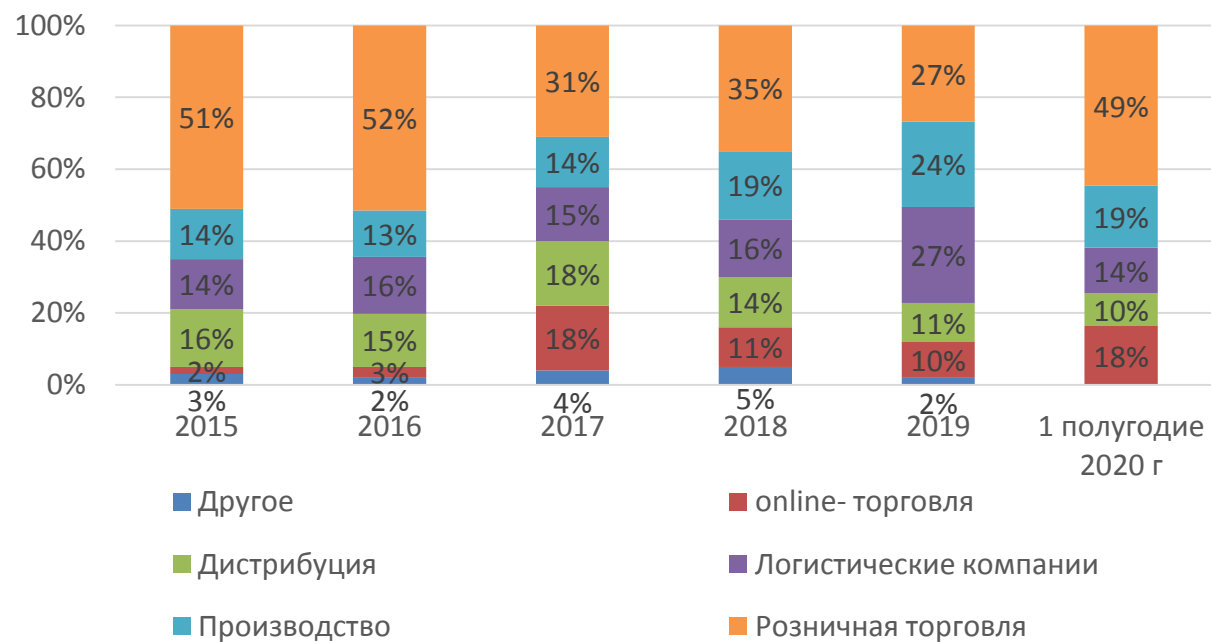
- ❖ 20 % КЛИЕНТСКОЙ БАЗЫ ПОЛЬЗУЮТСЯ КОМПЛЕКСНОЙ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ УСЛУГОЙ
- ❖ ДОЛЯ ПРИБЫЛИ ОТ КЛИЕНТОВ, ПОТРЕБЛЯЮЩИХ КОМПЛЕКСНУЮ УСЛУГУ 50% ПО ИТОГУ 2025 ГОДА.

Задачи проекта:

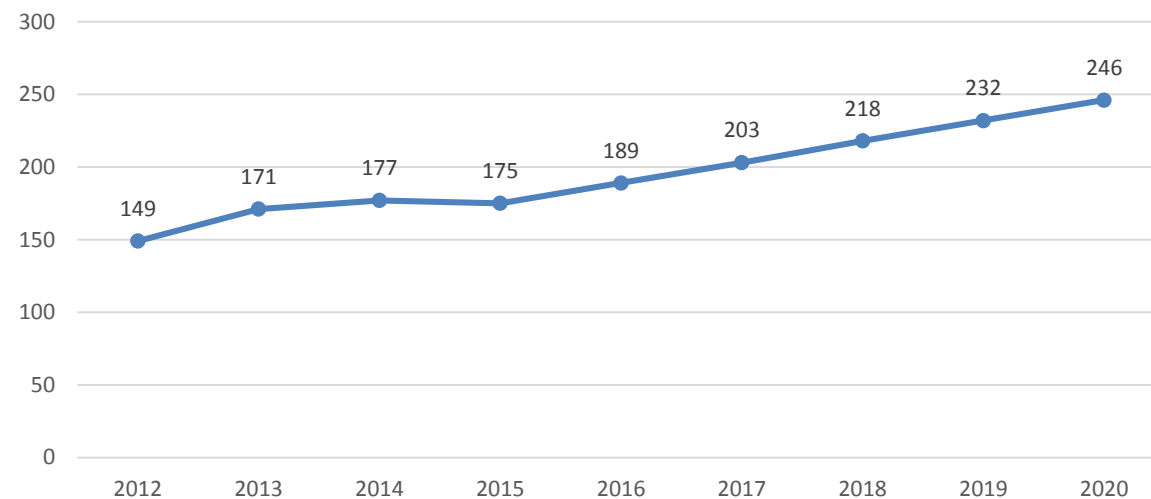
- ❖ СОЗДАТЬ СЕРВИС АУТСОРСИНГА ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ФУНКЦИИ, ОТВЕЧАЮЩИЙ ПОТРЕБНОСТЯМ РЫНКА
- ❖ УВЕЛИЧИТЬ РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ БИЗНЕСА, ЗА СЧЕТ СНИЖЕНИЯ ОТТОКА КЛИЕНТОВ
- ❖ ВОЗОБНОВИТЬ РОСТ БИЗНЕСА, ЗА СЧЕТ ПРОДАЖ УСЛУГ СКЛАДСКОГО ХРАНЕНИЯ
- ❖ ИЗМЕНИТЬ СТРУКТУРУ КЛИЕНТСКОГО ПОРТФЕЛЯ

РЫНОК ЗРЛ

Покупка, аренда складской недвижимости*



Объём рынка ЗРЛ операторов в РФ**



*Исследование рынка складской недвижимости, проведенное компанией Knight Frank для ПАО Сбербанк за первое полугодие 2020 года

**По данным компании MA-Research рынок ЗРЛ

МЕТОДИКИ ИССЛЕДОВАНИЯ

- ❖ 5 СИЛ ПОРТЕРА – КОНКУРЕНЦИЯ В ОТРАСЛИ
- ❖ PEST АНАЛИЗ - ВЛИЯНИЕ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ
- ❖ МАТРИЦА АНСОФФА- ОПРЕДЕЛЕНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ
- ❖ SWOT АНАЛИЗ – ФАКТОРЫ ВНЕШНЕЙ И ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ, ДЕЙСТВУЮЩИЕ НА УСЛУГУ



МЕТОДИКИ ИССЛЕДОВАНИЯ

5 сил Портера

| | | |
|---------------------------------------|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Угроза со стороны товаров заменителей | 8 – Низкий уровень | Повышать уровень сервиса. Развивать перечень услуг. Увеличивать партию хранения одного клиента |
| Угрозы внутриотраслевой конкуренции | 8 – Средний уровень | Конкурировать качеством сервиса. Система скидок. Контролировать рыночные уровни цен. |
| Угроза со стороны новых игроков | 15 – Средний уровень | Высокий уровень сервиса. Формирование е клиентского опыта. |
| Угроза потери текущих клиентов | 8 – Средний уровень | Работа с лояльностью клиентов. |
| Угроза нестабильности поставщиков | 7 – Средний уровень | Фиксация условий поставщиков на длительное время. Поиск альтернативных поставщиков. |

МЕТОДИКИ ИССЛЕДОВАНИЯ

PEST АНАЛИЗ

Политические факторы

0,24

Трудовое
законодательство

0,21

Санкционное
давление

0,13

Государственное
регулирование

0,13

Налоговая
политика

0,04

Коррупция

Экономические факторы

0,24

Уровень
безработицы

0,21

Уровень
предпринимательства
и бизнес среды

0,17

Темпы роста
экономики

0,15

Курс
валют

0,05

Налоговая политика
страны

Социально-культурные

0,29

Уровень
сервиса

0,28

Квалификация
персонала

0,28

Готовность
потребителя

0,12

Уровень
миграции

Технологические факторы

0,23

Уровень
инноваций

0,17

Высокотехнологичные
конкуренты

0,16

Внедрение
технологий

0,9

Поддержка
технологий
законодательством

МЕТОДИКИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Матрица Ансоффа

Стратегия проникновения

Стратегия развития товара

Стратегия диверсификации

Стратегия развития рынка

ВОЗМОЖНЫ

НЕ
ВОЗМОЖНА

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ УСЛУГИ

Компания должна сконцентрироваться на развитии услуги, повышая ее технологичность и доступность для покупателя как со стороны высокого уровня сервиса, так и со стороны доступности цены.

МЕТОДИКИ ИССЛЕДОВАНИЯ

SWOT анализ:

| | | Слабые стороны (W) | | | | Угрозы (Т) | | | | |
|---------------------|-------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|--------------------------------------------|--------------------------------|------------------------|--------------------|-------------------------|---------------------------------|------------------|
| | | Отсутствие компетенций | Отсутствие собственной складской площади | Позиционирование как транспортная компания | Отсутствие процессной гибкости | Экономическая ситуация | Сильные конкуренты | Быстрый рост технологий | Недоверие к услуге у бизнеса РФ | Кадровый дефицит |
| Сильные стороны (S) | Инвестиционные возможности компании | <ul style="list-style-type: none"> Первичные продажи необходимо сконцентрировать на текущей клиентской базе, т.к. среди действующих клиентов есть текущие и потенциальные потребители складских услуг. Используя ресурсы склада можно улучшать сервис перевозки сборных грузов. Финансовое состояние компании дает возможность реализовать высокотехнологичный проект, с высокими показателями эффективности. Как один из вариантов развития услуги можно рассматривать поглощение текущих складских операторов. Для эффективного позиционирования сервиса целесообразно выделение нового брэнда, схожего с текущим, но выделяющего новое направление работы компании. Для эффективного налаживания процессов внутри нового продукта целесообразно выделение нового юридического лица. | | | | | | | | |
| | Свои линии СГ | | | | | | | | | |
| | Клиентский портфель | | | | | | | | | |
| | Сильный брэнд | | | | | | | | | |
| | Спрос действ. клиентов | | | | | | | | | |
| Возможности (O) | Растущий клиентский спрос | | | | | | | | | |
| | Вакантные складские площади | | | | | | | | | |
| | Дефицит малых складских площадей | | | | | | | | | |

ХАРАКТЕРИСТИКИ СКЛАДА

- ❖ Хранение: 3504 европаллета
- ❖ Получение: 200 паллет в день
- ❖ Выдача: 150 паллет в день
- ❖ Выдача не палетированного груза: 500 единиц товара в день
- ❖ Операции палетирования: 70 в день
- ❖ Предоставление паллет: 70 в день
- ❖ Инвентаризация, паллета мест: 300 паллет в день
- ❖ Ячейки для штучного отбора: 528

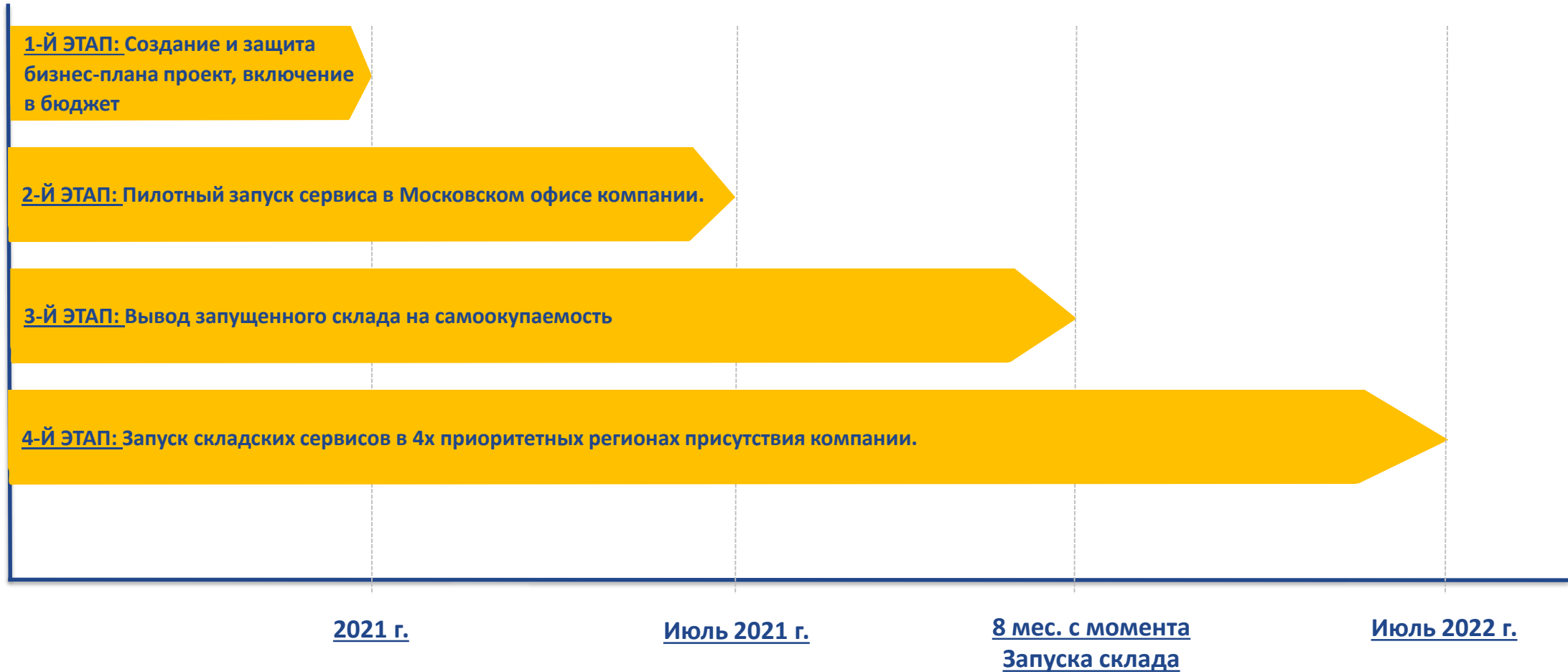


ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ

- ❖ ИНВЕСТИЦИИ В ПРОЕКТ 17 500 000 (В ТЕЧЕНИИ 8 МЕСЯЦЕВ)
- ❖ ОКУПАЕМОСТЬ ПРОЕКТА 30 МЕСЯЦЕВ
- ❖ NPV ПРОЕКТА 3 591 062 (3 ГОДА)
- ❖ ВЫХОД ПРОЕКТА НА САМООКУПАЕМОСТЬ 8 МЕСЯЦЕВ



ДОРОЖНАЯ КАРТА





СПАСИБО ЗА ВАШЕ ВНИМАНИЕ