

Delivery Management System – Бизнес-требования

Обоснование необходимости создания системы

Современный рынок доставки стремительно развивается, особенно после пандемии, когда привычки клиентов радикально изменились в сторону онлайн-заказов и доставки товаров и еды на дом. Несмотря на высокий уровень конкуренции, наблюдается нехватка гибких и масштабируемых решений, подходящих для малого и среднего бизнеса, а также для сетевых операторов доставки. Создание единой цифровой платформы позволит решить актуальные проблемы участников рынка и повысить эффективность всех процессов.

Проблемы стейкхолдеров

Руководители: Недостаточная прозрачность аналитики и ключевых показателей эффективности (KPI), отсутствие инструментов для принятия оперативных управленческих решений и масштабирования бизнеса.

Курьеры: Частые простои, неполная или устаревшая информация о заказах, ошибки в адресах доставки, сложности с навигацией и обратной связью.

Операторы: Перегрузка из-за ручного ввода заказов, высокий риск ошибок, отсутствие унифицированного интерфейса.

Диспетчеры: Нет инструментов для мониторинга и распределения заказов в реальном времени, сложно оперативно реагировать на сбои.

Администратор: Сложности в управлении пользователями и доступами, необходимость ручного контроля за состоянием системы.

Бухгалтер: Ручной ввод данных и частые ошибки в расчетах, отсутствие автоматической передачи данных в бухгалтерские системы.

Разработчики системы: Необходимость постоянного внесения изменений в условиях отсутствия четкой архитектуры и интеграционных решений.

Клиент: Нет возможности отслеживать заказ в реальном времени, ограниченные каналы обратной связи, низкий уровень информированности.

Возможности бизнеса

Сфера курьерской доставки находится в стадии активного роста благодаря увеличению объёмов онлайн-заказов и изменению привычек клиентов. На рынке остаётся значительная ниша для решений, которые обеспечивают быструю и надёжную доставку «последней мили» в городах.

Появляются перспективы интеграции с локальными ресторанами, магазинами и

маркетплейсами, что позволит расширить базу заказов и увеличить выручку. Использование гибридной модели, включающей как собственных, так и привлечённых курьеров, создаёт возможность выстраивания масштабируемой и адаптивной логистической сети.

Решаемая бизнес-задача

Основной задачей проекта является создание централизованной цифровой платформы для управления полным циклом доставки — от момента оформления заказа до его вручения клиенту. Система должна автоматизировать ключевые этапы: приём и проверку заказов, их распределение между курьерами, планирование маршрутов, взаимодействие с клиентами и передачу данных в бухгалтерию.

Такое решение позволит минимизировать ошибки, сократить время доставки, повысить прозрачность процессов и улучшить качество клиентского сервиса.

Улучшаемые бизнес-процессы

- **Приём и обработка заказов** — автоматическая регистрация, проверка и маршрутизация заказов через цифровую платформу.
 - **Диспетчеризация** — интеллектуальное распределение заказов в реальном времени с учётом геолокации курьеров, дорожной обстановки и приоритетов клиентов.
 - **Доставка** — оснащение курьеров мобильным приложением с маршрутами, контактами клиентов и статусами заказов.
 - **Финансовые операции** — автоматический обмен данными с бухгалтерскими и ERP-системами, сокращающий ошибки и ускоряющий закрытие отчётных периодов.
-

Рыночные возможности и конкурентная среда

Delivery Management System может занять устойчивую позицию на рынке локальных и срочных доставок, предлагая компаниям гибкость и прозрачность, которых часто не хватает существующим решениям.

Партнёрство с локальными точками питания, торговыми сетями и e-commerce площадками создаёт основу для быстрого масштабирования бизнеса.

Использование модели гибкой логистики с привлечением независимых курьеров снижает издержки и повышает рентабельность, что даёт конкурентное преимущество на рынке.

Бизнес-цели

Финансовые цели:

- Достичь операционной окупаемости проекта в течение 9 месяцев.
- Снизить расходы на ручной труд персонала (операторов и диспетчеров) минимум на 40%.
- Обеспечить ежемесячный объём доставок на сумму не менее 5 млн рублей к концу первого года работы системы.

Нефинансовые цели:

- Увеличить долю компании в сегменте локальной и экспресс-доставки.
- Повысить уровень удовлетворённости клиентов ($NPS \geq +30$) в течение первого года.
- Сократить среднее время принятия заказа курьером до 3 минут.
- Полностью автоматизировать передачу данных в бухгалтерские системы к четвёртому месяцу эксплуатации.