

Киселева Н.В.

Студентка 4 курсу, группы МК-451

Ажаман И.А., к.э.н., доцент

*Зав. кафедры менеджмента и управления проектами
Одесская государственная академия строительства и
архитектуры
г. Одесса, Украина*

ЛОГИСТИКА В FASHION-РИТЕЙЛЕ НА ПРИМЕРЕ ИНТЕРНЕТ-ПРОДАЖ

«Розничный бизнес (retail) – это в основном логистика» Уильям Грин

Можем наблюдать, что сейчас с каждым днем все больше продаж приходится на интернет-магазины, которые набирают популярность и очень стремительно развиваются. Это обусловлено тем, что онлайн-покупки привлекают потребителей из-за возможности сэкономить деньги и время и получить товар «сидя на диване». Актуальность этой темы заключается в том, что сейчас очень трудно представить себе успешного fashion-ритейлера без грамотно выстроенной логистики. Так как мир ускоряется, именно скорость и является главным преимуществом среди конкурентов. Сроки доставки – вот «ахиллесова пята» у большинства компаний и интернет-магазинов в индустрии моды.

Но интернет-магазин будет успешным, а интернет-продажа будет являться удобным способом покупки товара лишь в случае оптимизации всех процессов по доставке и оплате и когда продажи будут выполняться на высоком уровне.

Вот, например, Кира Назарькова, управляющий директор дивизиона логистики «МТІ» (в т.ч. сети «Интертоп», «Плато» и др.) говорит, что: не всегда есть возможность удовлетворить клиента на все 100%, что приводит к возникновению таких вопросов с его

стороны:

- Почему товара, который есть на сайте, «нет в наличии»?
- Почему я заказал сегодня в 12.00, а мне доставят только завтра?
- Почему перезвонили и сказали: «Извините, товара нет. Доставим через 2 дня...».
- Почему курьер не очень приветливый?
- Почему привезли не тот размер, товар, цвет или модель?

Учитывая специфику продаж через интернет, доставка должна быть максимально удобной для покупателей, но для владельцев в тоже время особо остро стоит вопрос оптимизации логистических процессов с учетом всех особенностей. И именно поэтому для логистики интернет-магазина характерен фулфилмент — полный комплекс операционно-складской обработки товаров, который включает в себя получение товара от поставщика, его хранение, отбор заказов, доставка клиенту, возвратную логистику и денежные расчеты.»[1]

Логистика – это ресурс, при помощи которого у компаний есть возможность снизить затраты, и при этом сделать свои цены более привлекательными, и получить конкурентное преимущество.

Насущной проблемой для интернет-магазина является выбор надёжной службы доставки. Если изучить рынок логистики в Украине, то можно сделать вывод, что за последние годы на рынке почтовой логистики Украины сильно обострилась конкурентная борьба. Операторы, в первую очередь, воюют за клиентов в сегменте электронной коммерции, ведь именно это основной локомотив рынка. Фактор, который сдерживает активное развитие рынка, является рост тарифов на доставку – у потребителей бюджет не изменился, а цена на услуги выросли, таким образом, люди потратили столько же, сколько и в 2013 года, но количество отправок уменьшилось.

Топ-10 операторов украинского рынка почтовой логистики:



[Укрпочта](#) — это более 50-ти видов услуг. Осуществляет доставку по Украине и за ее пределами. Отделения Укрпочты присутствуют в каждом населенном пункте Украины. Стоимость доставки — от 6,50 грн.



[Новая почта](#) — услуги междугородней транспортной логистики. Филиалы в более чем 70-ти городах Украины. Грузоперевозки в больших объёмах всегда были важным и приоритетным направлением в работе компании. Стоимость доставки от 26 грн.



[Ночной Экспресс](#) — при помощи «Ночного экспресса» Вы можете ежедневно отправлять грузы в нужные города. Для этого необходимо привезти груз в офис «Ночного экспресса» в городе отправления либо оформить заявку на выезд. Получатель может забрать его в любое удобное для него время. Стоимость доставки от 20грн.



[Ин-Тайм](#) — удобная и быстрая экспресс доставка грузов по Украине. Доставляет грузы весом от 100 грамм до 10 тонн в любой населенный пункт Украины. Клиентов компании обслуживают более 200 представительств и их количество постоянно увеличивается.



[Автолюкс](#) — с 1998 года компания «Автолюкс» начала деятельность по перевозке грузов. Этот вид услуг стал первой организованной системой в нашей стране. Оборудовано 80 офисов в 54 городах Украины для организации отправки и приема грузов в удобное для Вас время. Стоимость доставки от 20грн.



[Гюнсел](#) — компания основана в 1997. С начала своего основания целью компании было обеспечить безопасную и комфортную перевозку пассажиров; а в грузовых перевозках —

постоянно расширяясь благодаря постоянным инвестициям, создать сеть, которая охватывала бы всю страну. Стоимость доставки от 25грн.



[SAT](#) — срочно доставляет грузы от 5 грамм до 5 тонн с выездом к отправителю и доставкой до двери получателя более чем в 250 населённых пунктов Украины. Сеть подразделений в 36 городах и ежедневные рейсы позволяют доставлять Ваши товары получателям за 24-48 часов. Стоимость доставки от 25грн.



[Деливери](#) — основная миссия, это предоставить компаниям доступ к максимально широкому спектру услуг, обеспечить для каждого клиента, независимо от размера компании и объема бизнеса, высокие стандарты обслуживания. Стоимость доставки от 15грн.



[Мист Экспресс](#) — доставка в любую точку Украины документов, посылок, палет. Доставка по адресу или в супермаркеты. Грузовые перевозки как по Украине, так и в пределах города.



[Пони Экспресс](#) — Компания ООО «Пони Экспресс» является официальным филиалом международной торговой марки «PONY EXPRESS» в Украине, которая представлена на рынке курьерских услуг с 1992 года. Начало работы на Украине — 2004 год; [2]

Организационная структура интернет-магазина мало чем отличается от традиционного, но только в отличие от последнего действовать ему приходится в более жестких условиях из-за того, что он лишен такого преимущества обычного магазина, как постоянная аудитория. А наличие постоянной клиентуры для интернет-магазинов очень важно, так как половина оборота интернет-магазина генерируется "постоянными" покупателями.

Кроме того, в сети многое определяет простая привычка пользователя к тому или иному ресурсу. Соответственно, как удержать уже приобретенных клиентов и привлечь новых зависит только от самих интернет-магазинов. Самое главное в работе интернет-магазина - это маркетинг и реклама. Без этого магазин становится похож на сотни других, неизвестных.

Таким образом, ориентируясь на специфику интернет-торговли, необходимо выстраивать логистические процессы с учетом особенностей такого формата магазинов и отталкиваясь от динамики продаж. Учитывая то, что главная задача интернет-магазина — обеспечить качественную и своевременную доставку товара, его логистика должна способствовать достижению этой цели и быть максимально адаптирована под специфику сбыта, которую учитывают мультиканальные продажи, предоставляющие возможность клиенту выбрать самый оптимальный вариант покупки.

Список литературы:

1. Интервью для эл. источника «TradeMasterGroup» Киры Назарьковой. [http://trademaster.ua/dir_logistik/1706]
2. Рейтинг операторов почтовых доставок [<http://cargoua.com/sluzhby-dostavki/>]
3. Логистика В Розничной Торговле: Как Построить Эффективную Сеть, К.Ковалёв, С.Уваров.