

ЕЛЕКТРОННА ТОРГІВЛЯ НА ЄВРОПЕЙСЬКОМУ РИНКУ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ ЯК МОДЕЛЬ РОЗПОДІЛУ

студентка гр. МК-11 Масько Я.В.,

к.е.н., доц. Біловодська О.А.

Сумський державний університет (Україна)

На сьогоднішній день у світі посилюється глобалізація, зростає конкуренція, ускладнюються інформаційні, товарні та фінансові потоки, роль логістики в економіці країн, окремих галузей та підприємств має все більше значення. Немає сумніву, що онлайн-сервіси та електронна комерція в останні роки є найбільш значущими інноваціями в світовій економіці. Хоча на онлайн-покупки припадає лише 4% від загального обсягу роздрібних продажів в ЄС, електронна комерція в даний час є одним із найбільш швидко зростаючих ринків у Європі.

Європейському роздрібному онлайн-ринку прогноують 18% щорічного зростання. За оцінками, у 2011 році близько 70% від цього показника, припадало всього на три країни: Німеччина, Великобританія і Франція. Хоча Західна Європа в даний час домінує на онлайн-ринку, Східна Європа є мішенню великих міжнародних гравців через швидке зростання онлайн-продажів. Польща є найбільш швидкозростаючим ринком у всій Європі в минулому році. Тому, питання впливу електронної комерції на ринок логістики та потреба в нових моделях розподілу і в альтернативній конструкції складів є досить актуальними [1].

З роздрібним онлайн-ринком стрімко зростають і традиційні ритейлери розширюючи канали збуту, попит на нові склади і розподіл простору стрімко зростає. Один з найяскравіших прикладів того, як мережі роздрібною торгівлі є двигуном швидкого зростання на Європейському логістичному ринку є Amazon. Компанія збільшила свій дистриб'юторський простір в Європі більш ніж на 1000% за останні 10 років, і в кінці жовтня 2012 компанія займала понад 1,3 мільйона квадратних метрів. Більша частина цього простору була надана компанією Goodman, яка помітила потенціал сектора електронної комерції і розробила індивідуальні рішення складування не тільки для Amazon, але і для висхідної зірки німецького інтернет-ринку Zalando, яка зростає так швидко, що до завершення будівництва 78000 кв. м складу в 2012 році, компанія вирішила розширити простір для 128 000 кв. м. Це надзвичайно вражаюче зростання для компанії, яка відкрилася тільки чотири роки тому з обмеженим діапазоном продукції, що розповсюджувалась з офісного підвалу.

Онлайн-магазини вимагають більш складних систем розподілу, ніж традиційні учасники ринку логістики. Насамперед, електронна комерція заснована на моделі «Бізнес для споживача» (B2C). Розширення цієї бізнес-моделі призвело до розвитку онлайн-центрів, де обробляється весь ланцюжок поставок, від отримання продуктів від постачальників, до зберігання, сортування, упакування та передачі споживачам, а також управління повернення продукції. Такий центр повинен бути в змозі виконати весь процес гладко й ефективно і мати надійне управління і систему контролю. Цей складний процес розподілу та зберігання зазвичай вирішується за допомогою дуже простого, але детального процесу. Виконання процесу з чітко визначеними зонами для певних видів діяльності може тепер здійснюватися під одним дахом. Мало застосовуються високі складські приміщення. Немає загальної стратегії серед онлайн-ритейлерів стосовно щільності та розмірів їх дистриб'юторської мережі, навіть якщо вони мають схожий склад і розподіл вимог.

Через нерозвинений спектр послуг, що надають 3PL-провайдери, відносно складні потреби розподілу і обмежені пропозиції складських та розподільних центрів, ряд ритейлерів із зростанням онлайн-продажів розвивають власні онлайн-центри замість того, щоб доручати це стороннім операторам. Тим не менш, багато 3PL-провайдерів все ще недооцінюють потенціал електронної комерції і не пропонують повний спектр послуг, необхідних Інтернет-магазинам, що дивно з огляду на швидке зростання цього сектора. Німецький ринок 3PL-логістики є визначальним у забезпеченні повнофункціональних рішень для Інтернет-магазинів. Так як немає єдиної стратегії розподілу для Інтернет-магазинів, ринок надає можливість для 3PL-провайдерів розробити повний спектр індивідуальних логістичних послуг, а також для розробників, які в свою чергу, можуть надати відповідні складські приміщення [2].

Можна зробити висновок, що електронна комерція буде продовжувати рости і чинити значний вплив на європейську логістику, стимулюючи попит і зміну стратегій розподілу. У той час як Німеччина і Великобританія залишаться на вершині ринку електронної комерції, найшвидше зростання буде мати місце в Східній Європі. Існуючі Інтернет-магазини будуть постійно розширювати свої складські приміщення в найближчі роки, а нові ринкові гравці будуть шукати відповідні приміщення та операторів постачання. У найближчі роки ми побачимо як онлайн, так і багатоканальні ритейлери переглянуть свої стратегії зберігання і доставки продукції. Розробники і 3PL-провайдери, які здатні швидко адаптуватися і змінювати свої пропозиції будуть дуже затребувані.

1. Глущенко Т.М. Аналіз розвитку логістичних послуг на сучасному світовому ринку / Т.М. Глущенко // Журнал логістика. – № 6. – 2014.
2. E-shaping of the European Logistics Market // European Logistics Report. – ISSUE 4.