

Гартованная О.В., Шпак Т.И. Логистическое сопровождение деятельности интернет-магазинов // Академия педагогических идей «Новация». – 2019. – №12 (декабрь). – АРТ 298-эл. – 0,2 п. л. – URL: <http://akademnova.ru/page/875548>

РУБРИКА: ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 339.371

Гартованная Оксана Владимировна

к. с.-х. наук, доцент кафедры товароведения и экспертизы товаров

Шпак Татьяна Ивановна

к. с.-х. наук, доцент кафедры товароведения и экспертизы товаров

ФГБОУ ВО «Донской государственный аграрный университет»,

Россия, Ростовская обл., п. Персиановский,

e-mail: 987nastyavova@mail.ru

septemberday@mail.ru

**ЛОГИСТИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ**

Аннотация. Логистика для интернет-магазинов является одним из трех китов, от которого зависит жизнеспособность компании (наряду с закупкой продукции и правильной организацией маркетинга). Маленькие интернет-магазины, у которых скромные объемы продаж, стараются справиться с логистикой, опираясь на собственные силы. Когда же заказы увеличиваются, возникает необходимость в использовании сторонних логистических сервисов. Когда интернет-магазин превращается в гиганта, ему намного выгоднее построить собственную логистику, а также приобрести логистических операторов.

Ключевые слова: логистика, логистическое сопровождение, интернет-магазин, товар, складское хранение, дропшипинг, фулфилмент.

Gartovannaya Oksana Vladimirovna,
Shpak T.I.

candidate of agricultural Sciences, associate Professor,
Don State Agrarian University,
Russia, Rostov region, p. Persianovsky

LOGISTIC SUPPORT OF ACTIVITY ONLINE STORE

Annotation. Logistics for online stores is one of the three pillars on which the viability of the company depends (along with the purchase of products and the correct organization of marketing). Small online stores, which have modest sales volumes, try to cope with logistics, relying on their own strength. When orders increase, there is a need to use third-party logistics services. When an online store turns into a giant, it is much more profitable for it to build its own logistics, as well as to acquire logistics operators.

Keywords: logistics, logistics support, online store, goods, warehousing, dropshipping, fulfillment.

Понятие логистики сегодня стало неотъемлемой частью современных бизнес процессов. Опираясь на исторические данные, отметим, что еще со времен существования Империи инков сохранились записи об организации снабжения царского двора, в которых велся строгий учет не только мест отгрузки товаров, но и номенклатуры продукции, времени в пути, а также места назначения. Таким образом, можно утверждать, что логистика, представляющая собой совокупность данных о планировании, управлении, а также контроле над движением материальных, информационных и финансовых ресурсов, всегда присутствовала при реализации практически

любой бизнес-идеи, в каждом слое общества, вне зависимости от экономического развития страны и пр.

В современном мире понятие логистики трактуется по-разному - все зависит от сложности стоящих перед компанией задач, специфики ее деятельности и прочих факторов. Несмотря на это, целью любой логистической системы является организация действий каждого из участников логистической цепи с целью эффективного выполнения задач, которые поставлены перед участниками.

Существует несколько видов логистики:

- закупочная - ее предметом является покупка конечного продукта с максимально экономической выгодой, с минимальными затратами трудовых ресурсов и в оптимальные сроки;
- транспортная - заключается в грамотной организации перемещения товара из точки “А” в точку “Б” с минимальными затратами материальных, трудовых и временных ресурсов;
- складская - выполняет задачи по грамотной организации приема, обработки, хранения, а также отгрузки продукции со складов;
- производственная;
- информационная и пр.

Если проанализировать задачи различных видов логистических систем, то можно сделать вывод, что главная задача логистики заключается в минимизации затрат, которые включены в себестоимость конечного продукта.

В настоящее время все большую популярность набирают интернет-продажи и, соответственно, интернет-магазины.

Логистика для интернет-магазинов является одним из трех китов, от которого зависит жизнеспособность компании (наряду с закупкой продукции и правильной организацией маркетинга).

В онлайн-коммерции логистику можно разделить на 3 основных блока:

- движение продукции от поставщика, задачами которого занимается закупочная логистика;
- хранение товара на складе - зона ответственности складской логистики;
- перемещение продукции со склада к конечному покупателю - зона ответственности специалистов по транспортной логистике.

В каждом из этих блоков владельцу интернет-магазина нужно делать выбор: все организовывать самому либо отдать на аутсорсинг.

Выбор собственника бизнеса во многом зависит от размеров магазина и вида продукции, которую он реализует. К примеру, маленькие интернет-магазины, у которых скромные объемы продаж, стараются справиться с логистикой, опираясь на собственные силы. Когда же заказы увеличиваются, возникает необходимость в использовании сторонних логистических сервисов. Когда интернет-магазин превращается в гиганта, ему намного выгоднее построить собственную логистику, а также приобрести логистических операторов.

Для успешной деятельности каждого интернет-магазина правильная организация закупочной логистики играет важную роль. Она охватывает следующие задачи:

- определение потребностей;
- основные критерии выбора закупаемой продукции;
- анализ рынка;
- выбор поставщика;

- создание разнообразных баз данных;
- операции по закупке;
- контроль над своевременной поставкой товара.

На уровне взаимоотношений интернет-магазина с поставщиками существует два варианта – оптовая закупка либо прямая поставка (так называемый дропшипинг).



Рис. 1 Взаимоотношения интернет-магазина с поставщиками (дропшипинг)

В первом случае компания приобретает продукцию партиями и привозит ее на склад, а во втором — забирает груз со склада посредника только после получения заказа. У каждой из этих схем имеются свои недостатки. К примеру, при оптовых закупках вам придется оплачивать

содержание (либо аренду) склада, иметь свободные финансовые средства для приобретения оптовых партий товара и нести убытки, если упадет спрос на закупленную вами продукцию. При дропшипинге могут возникнуть проблемы с наличием товара, а также сроками его доставки и качеством продукции.

Работа с поставщиками является наиболее чувствительной в деятельности интернет-магазинов, поэтому ее организацию лучше доверить профессионалам. Компания “Мирада” не только организует доставку товара от поставщиков на склад, его хранение, но и обработку остатков, заказов ваших клиентов, осуществит резервирование товара, оприходование, а также учет продукции.

Складская логистика занимается решением следующих задач:

- перемещение товаров;
- инвентаризация продукции;
- списание, а также оприходование материальных средств;
- правильный расчет себестоимости продукции;
- анализ и учет остатков товара на складе;
- обороты за определенный отчетный период и др.

На уровне складского хранения товаров у владельцев интернет-магазинов есть три альтернативы — использовать собственный склад, арендовать складскую недвижимость или же прибегнуть к услугам фулфилмент-центра.

Для приобретения и содержания собственного склада вам потребуются значительные инвестиционные средства. Так что для маленького и недавно открывшегося бизнеса данный вариант явно не подходит. А забивать продукцией собственную квартиру либо офис получится только на самом старте.

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации ЭЛ №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: akademnova.ru

e-mail: akademnova@mail.ru

Аренда складов является более приемлемым вариантом для молодого бизнеса. Но на поиск подходящего складского помещения, который бы удовлетворял все нормы и технические требования по хранению того или иного вида продукции, требуется много времени. Именно поэтому многие интернет-магазины предпочитают отдавать задачи хранения на аутсорс в рамках фулфилмента.

Интернет-магазину, у которого масштаб отправлений заказов в месяц составляет от 1 до 500, нет необходимости выстраивать логистические процессы — подготовку отправлений можно делегировать одному из сотрудников компании. Если же месячный объем отправлений достигает от 500 до 3 тысяч, тогда фулфилмент выгодней организовать самостоятельно, поручив задачи отделу продаж.

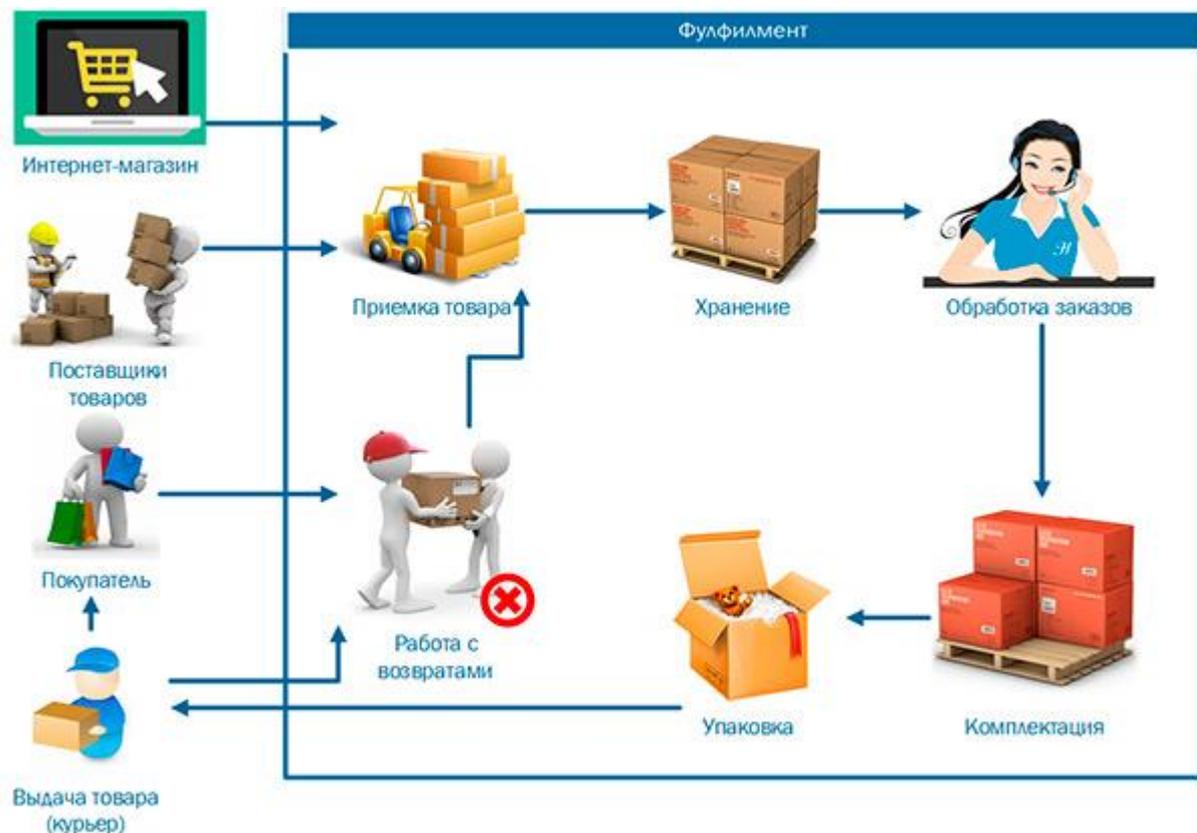


Рис. 2 Схема организации фулфилмента

Передавать фулфилмент на аутсорс, как считают специалисты рынка складской логистики, имеет смысл, если объем отправок составляет от 3 до 40 тысяч в месяц.

Но без чего невозможна эффективная и качественная работа интернет-магазина? Чем обычная розничная сеть отличается от покупок в Интернете? Правильно. Это доставка продукции конечному потребителю. Итак, следующий этап, с которым сталкивается каждый интернет-магазин — организация транспортной логистики.

Оперативная доставка товара покупателю является одной из основополагающих задач для успешного продвижения и работы интернет бизнеса, для реализации которой вам необходимо решить главный вопрос — кому доверить доставку?

Организовать транспортную логистику можно тремя способами:

- аутсорсинговая доставка;
- собственная доставка;
- точки выдачи.

Выбор зависит от нескольких факторов, включая:

- масштабы магазина;
- локации интернет бизнеса.

Для крупных игроков интернет рынка оптимальным будет наличие собственной службы доставки. Но, как правило, ее организация требует крупных финансовых вложений. Поэтому передача данной функции на аутсорсинг является более логичным, а также экономически эффективным вариантом.

Аутсорс дает возможность легко масштабировать бизнес, а также увеличивать географический охват. И если в пределах одного города интернет-магазин еще как-то может выстроить эффективную службу

доставки, то для реализации товара в регионы и другие страны ему понадобятся посредники.

Таким образом, грамотная логистика для большинства интернет-магазинов — это сложное, но одновременно необходимое условие для успешного развития и работы проекта.

Список использованной литературы:

1. Как организовать логистику в интернет-магазине URL: <https://www.shopolog.ru/metodichka/logistics/kak-organizovat-logistiku-v-internet-magazine/> (дата обращения 01.12.2019).
2. Фулфилмент для интернет-магазина URL: <https://www.business.ru/article/1251-fulfilment-dlya-internet-magazina-kkk> (дата обращения 04.12.2019).

Дата поступления в редакцию: 14.12.2019 г.

Опубликовано: 21.12.2019 г.

© Академия педагогических идей «Новация», электронный журнал, 2019

© Гартованная О.В., Шпак Т.И., 2019