

РИТЕЙЛЕРЫ ИЩУТ НОВЫЕ ПУТИ

Одной из наиболее острых проблем для многих российских ритейлеров в прошлом году стала логистика. Бизнес кардинальным образом перестраивал процессы поставок товаров, чтобы не допустить пустующих полок в своих магазинах. В то же время усугубившиеся отношения с европейскими производителями и поставщиками из-за санкционного давления и ограничений вынуждают локальных ритейлеров искать новые способы для поставок из-за рубежа как в расширении сотрудничества с азиатскими и ближневосточными производителями, так и в параллельном импорте.

АЛИНА САВИЦКАЯ

На глобальном рынке сложности с логистикой начались еще в 2021 году, когда срок поставки увеличился на 20% по сравнению с допандемийным периодом, говорят ритейлеры. Действительно, еще в начале прошлого года участники логистического рынка среди основных проблем называли пробки на железных дорогах, заторы на автомобильных пунктах пропуска, высокие ставки фрахта. Однако после начала военных действий РФ на Украине ситуация с логистикой для большинства крупных ритейлеров из разных отраслей — продуктового, fashion, DIY, мебельного рынка — значительным образом усугубилась.

УВЕЛИЧЕНИЕ СРОКОВ Начиная с весны прошлого года в условиях санкционных ограничений многие международные крупные экспедиторы и морские линии приняли решение об уходе с российского рынка, отмечает руководитель управления международной логистики Melon Fashion Group (бренды Zarina, Love Republic, Sela, Befree) Юлия Вечерская. А для fashion-бизнеса срок доставки играет одну из ключевых ролей, поэтому крупные игроки начали оперативный поиск новых перевозчиков и маршрутов, указывает эксперт.

В частности, в первом квартале 2022 года поставка из Китая или Вьетнама до магазинов занимала до 80 дней по сравнению с обычными 50, поясняют в Gloria Jeans. Среди основных причин там называют высокий спрос, изменение привычных маршрутов и связанный с этим дефицит контейнеров из-за сбоев с их возвратом в порты отгрузки.

Бизнесу приходилось тестировать все возможные пути и способы доставки, объясняет госпожа Вечерская. Так, объем предложений о доставке из Юго-Восточной Азии был очень ограничен в марте-апреле 2022 года, а новые перевозчики зачастую были еще непроверенными контрагентами. Кроме того, изменилась и стоимость поставок, объясняют в Gloria Jeans. Так, в пиковый период конца 2021-го она была в 4,5 раза выше обычных значений. При этом, несмотря на начавшуюся во втором квартале 2022-го стабилизацию цен, сейчас они все равно втрое превышают значения начала 2020 года.

ОДНИМ ИЗ ОСНОВНЫХ ДЛЯ ВСЕЙ ОТРАСЛИ СТАЛ ВОПРОС ФОРМИРОВАНИЯ АССОРТИМЕНТА ТОВАРОВ ПОСЛЕ УХОДА РЯДА МЕЖДУНАРОДНЫХ КОМПАНИЙ-ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ



ВО ВТОРОЙ РАЗ ЗА ТРИ ГОДА РИТЕЙЛЕРЫ ВЫНУЖДЕНЫ ПРОКЛАДЫВАТЬ НОВЫЕ МАРШРУТЫ ДЛЯ ДОСТАВКИ ТОВАРОВ ДО ПОКУПАТЕЛЕЙ

Несмотря на изменение маршрутов, сроки поставок из Китая и Вьетнама на сегодня постепенно вернулись к допандемийным, утверждает представитель Gloria Jeans. В Melon Fashion Group также говорят, что смогли найти оптимальные условия для доставки коллекций брендов во все каналы продаж.

В то же время после ухода с российского рынка части перевозчиков остается незаполненной ниша экспресс-доставки, особенно актуальная для игроков fashion-бизнеса, уточняет Юлия Вечерская. Кроме того, по словам эксперта, ритейлеры все еще испытывают сложности при доставке образцов для сертификации и съемок

для лукбуков. При этом ритейлеры продолжают оптимизировать маршруты и сокращать сроки поставок, добавляют в Gloria Jeans.

РАБОТА С АССОРТИМЕНТОМ Важным фактором при выстраивании логистических цепочек в условиях общей неопределенности для крупнейших федеральных торговых сетей стало умение находить гибкие и надежные решения при любых возможных сбоях при перевозке и потрясениях на рынке. В прошлом году, отмечают в «Ашан Ритейл Россия», наблюдались случаи недопоставок, а также задержки сроков доставки со стороны поставщиков, поэтому ритейлерам

приходилось оперативно искать альтернативных партнеров.

Например, в «Ленте» рассказывают, что торговая сеть изменила транзитные порты и заменила международных перевозчиков на российских. В то же время из-за общего усложнения процесса закупки товаров в цепочке поставок появились посредники, что, в свою очередь, отразилось на росте закупочных цен. Кроме того, учитывая нестабильность рынков в целом, планировать закупки и фиксировать цены на более длительный срок стало сложнее, подчеркнули в «Ленте», поэтому логистические процессы адаптируются на более короткие горизонты.

