

му бизнесу, что дает возможность предлагать клиентам конкурентные условия доставки.

Внедрение данной модели дает синергетический эффект. Прямая экономия на содержании собственной логистической инфраструктуры повышает маржинальность. Легкая масштабируемость в пиковые периоды и доступ к современным системам аналитики через кабинет сервиса позволяют эффективнее управлять остатками и прогнозировать спрос. В результате повышается скорость и надежность выполнения заказов, что напрямую усиливает лояльность клиентов.

Таким образом, для повышения рентабельности интернет-магазинам необходимо активнее внедрять инструменты профессионального фулфилмента. Это стратегическая инвестиция, которая высвобождает ресурсы для развития ключевых компетенций бизнеса — маркетинга и увеличения продаж. Оптимизация логистики через аутсорсинг является не просто трендом, а необходимым условием для укрепления позиций на переполненном рынке и обеспечения долгосрочного успеха.

А. Д. Мицковец
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — С. В. Стасюкевич

АНАЛИЗ МИРОВОГО РЫНКА ТОВАРОВ КЛАССА ЛЮКС

Глобальная индустрия предметов роскоши, которая включает одежду, косметику, парфюмерию, часы, ювелирные изделия, сумки и другие товары, постоянно развивается. В 2024 г. продажи люксовых товаров в мире составили около 1,54 трлн долл. США. Это на 1–3 % меньше по сравнению с 2023 г., о чем говорится в исследовании Vain & Company [1].

В 2024 г., как свидетельствуют данные обзора Statista, французская транснациональная компания LVMH (Louis Vuitton Moët Hennessy) стала самым дорогим брендом изделий класса люкс в мире со стоимостью 129,86 млрд долл. США. Компания владеет многочисленными брендами, включая такие марки одежды, обуви и аксессуаров, как Christian Dior, Louis Vuitton, Loewe, Marc Jacobs, Céline, Kenzo, Givenchy, Pink Shirtmaker, Emilio Pucci, Berluti, Loro Piana, Rimowa и Nicholas Kirkwood. Кроме того, LVMH предлагает косметику и парфюмерию под брендами Parfums Christian Dior, Guerlain, Parfums Givenchy, Kenzo Parfums, Benefit Cosmetics, Fresh, Perfumes Loewe, Make Up For Ever, Acqua di Parma, Kendo и Maison Francis Kurkdjian, а также вина и коньяки Moët & Chandon, Dom Pérignon, Veuve Clicquot, Ruinart, Krug, Mercier, Hennessy и пр. [2].

Второе место в рейтинге Statista занимает французский дом моды Hermès, реализующий парфюмерию, одежду, галантерею и различные аксессуары, с оценочной стоимостью 93,68 млрд долл. США. На третьем месте — французская компания Chanel, производящая одежду, парфюмерию и косметику, ювелирные изделия и часы. Ее стоимость составляет примерно 60,15 млрд долл. США. Таким образом, три ведущих представителя бизнеса в сегменте класса люкс базируются во Франции. Кроме того, лидирующие позиции занимают Gucci (23,82 млрд долл. США), Dior (11,98 млрд долл. США), Cartier (10,51 млрд долл. США), Rolex (9,1 млрд долл. США), Saint-Laurent/Yves Saint Laurent (6,51 млрд долл. США), Tiffany & Co (6,2 млрд долл. США), Prada (5,13 млрд долл. США) [2].

Спрос на предметы роскоши увеличивается во многих странах мира из-за роста доходов и доверия покупателей к известным брендам. Однако негативное влияние оказывает растущая тенденция приобретения подделок или реплик фирменных товаров.

Рынок предметов роскоши является динамичной и постоянно развивающейся отраслью благодаря изобретательности и успешным маркетинговым стратегиям и историям брендов. Ожидается, что он достигнет 699,77 млрд долл. США к 2033 г.

Несмотря на прогнозируемый рост индустрии предметов роскоши на 2–4 % [3], вызовы в виде инфляции, геополитической нестабильности и изменяющихся предпочтений потребителей подталкивают известные бренды к поиску новых стратегий развития. В ближайшие годы максимальный рост рынка будет наблюдаться в Азиатско-Тихоокеанском регионе, особенно в таких странах, как Индия, Япония и Южная Корея, где наблюдаются локализация, инновационные форматы продаж и омниканальные стратегии продвижения [2].

Источники

1. Сектор товаров роскоши (мировой рынок) // TAdviser. — URL: [https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Сектор_товаров_роскоши_\(мировой_рынок\)](https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Сектор_товаров_роскоши_(мировой_рынок)) (дата обращения: 17.11.2025).

2. 10 крупнейших брендов одежды и аксессуаров в мире // TAdviser. — URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:10_крупнейших_брендов_одежды_и_аксессуаров_в_мире (дата обращения: 17.11.2025).

3. Мировой рынок предметов роскоши, тренд, рост, доля, прогноз // Spherical Insights. — URL: <https://www.sphericalinsights.com/ru/reports/luxury-goods-market> (дата обращения: 17.11.2025).