

ЛОГІСТИКА ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Антоніна Самойленко,

канд. техн. наук, професор кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві, доцент,

Київський національний університет будівництва і архітектури, м. Київ

В сучасному світі електронні технології набувають стрімкого розвитку та активно розвивається новий напрям бізнесу – електронний. За даними досліджень, український ринок електронної комерції швидко розвивається. Саме для підприємств електронної торгівлі ефективність логістики має принципове значення. Оцінювання ефективності логістичної діяльності вказує на «вузькі» місця і перепони у отриманні запланованих результатів, є основою для ухвалення обґрунтованих рішень в процесі підвищення конкурентоспроможності підприємства електронної торгівлі.

Введення електронного бізнесу з кожним роком набуває суттєвих змін, шляхом широкого використання інформаційно-телекомунікаційних технологій та засобів. Електронна торгівля набуває більшої популярності серед підприємців та споживачів. Тому необхідно розглядати електронну торгівлю як масивну ланку та досліджувати перспективи розвитку, проблеми та ризики в електронній торгівлі.

Мета роботи на основі визначення тенденцій та перспектив розвитку електронної торгівлі в Україні розробити напрями розвитку логістичної діяльності підприємства електронної торгівлі.

Суть електронної торгівлі – ефективне управління інформацією та співпраця усіх учасників ланцюга поставок на підставі швидкої та ефективної передачі інформаційного потоку з пункту роздрібною торгівлі до постачальника – виробника вихідної сировини. Виходячи з цього, виділимо основні вимоги до організації електронної логістики:

- **системність.** Планування та управління на усіх етапах має здійснюватися як єдиний процес відповідного рівня, у рамках якого всі учасники мають узгодити свої дії для кінцевого результату;
- **комплексність забезпечення.** Необхідно сформувати комплекс фінансового, інформаційного, матеріального, інтелектуально-трудоного та іншого забезпечення протікання потоків;
- **конкретність** електронної інформації, яка має бути достовірною, чіткою, короткою та доступною до кожного;
- **науковість.** Використовувати економіко-математичних та новітніх технологій в електронній логістиці;
- **надійність.** Забезпечити безперервну роботу електронних пристроїв, швидкий та легкий доступ до інформації;
- **конструктивність.** Моніторинг інформаційних потоків,

приспосовувати до сучасності, змінювати інформацію у разі потреби;

- **варіантність.** Можливість при потребі оперативно внести зміни до інформації, без значних втрат [1, 2]

Методичні підходи до оцінювання ефективності логістичної діяльності підприємства електронної торгівлі передбачають використання низки методів [4]

Найбільш доцільно застосовувати системний підхід до оцінки ефективності логістичного управління підприємством, оскільки саме цей підхід дає змогу врахувати різні аспекти управління логістичною діяльністю підприємства електронної торгівлі, так як системний підхід є базовим для логістичної концепції управління підприємством, а використання в рамках системного логістичного підходу до оцінки ефективності управління дає можливість виключити більшість недоліків зазначеного підходу.

Метод ефективності логістичної діяльності. Полягає в оцінюванні показників логістичної діяльності підприємства оптової торгівлі за виконуваними функціями.

Метод визначення рівня логістичного сервісу. За даним методом у якості оціночного критерію виступає аналіз рівня логістичного обслуговування підприємства оптової торгівлі за такими параметрами: надійність поставки, повний час від отримання замовлення до поставки, гнучкість (можливість зміни чи коригування об'єму та часу замовлення), наявність запасів, можливість надання кредитування, компетентність працівників.

Логістичний аудит. Останніми роками все більшого значення набуває така методологія оцінки ефективності логістики і логістичного управління в цілому як логістичний аудит. Логістичний аудит – це неупереджена оцінка усіх напрямів логістики підприємства, включаючи взаємовідносини з постачальниками і клієнтами, планування, процедури, документообіг, логістичну інфраструктуру, контроль якості і відповідністю витрат на логістику місцевим ринковим умовам, що проводиться незалежною стороною. Облік і оцінка логістичних показників стають головними чинниками постійного покращення на шляху до лідерів у даній ланці. Керівники підприємств оптової торгівлі найчастіше не надає операційній логістиці особливої уваги.[3, 5]

Електронна торгівля України має свої особливості та відрізняється від американської та європейської моделі. На ринку України лідерами стали підприємства з віртуальними ресурсами, на відмінну від закордонних торговельних майданчиків. Прикладом є найбільший та відомий розрібний торговельний магазин України «ФокстротЕльдорадо», не посівши місце лідерів в рейтингу найкращих. Останні роки посідає перше місце в рейтингах онлайн-магазин «Rozetka». Розвиваючи магазини в інтернеті, збільшуючи пропозиції та асортимента, збільшується і аудиторія. Інтереси українців збігаються з уподобаннями жителів Європейського Союзу. Онлайн-покупці в ЄС також вважають за краще в основному електроніку і одяг. Хоча, за оцінками EVO, в Україні на першому місці все-таки одяг, прогнозується зростання попиту на покупку через інтернет FMCG-товарів, продуктів харчування і зоотоварів.

Також очікується, що незабаром зросте попит на електрообладнання - електричні інструменти, генератори, електродвигуни. Близько 45% всіх онлайн-покупців України хоча б раз за весь рік здійснюють покупки в соціальних мережах. При цьому зростає популярність Facebook в якості онлайн-мережі для покупок, а такі сайти, як VK і Odnoklassniki, навпаки, втрачають популярність серед онлайн-покупців», – коментує GfK. Середній чек покупки в Інтернет-магазині України складає близько 200 доларів [2, 6].

Електронна комерція України знаходиться в стані активного розвитку та має великий потенціал для його розвитку. Електронний бізнес має переваги перед традиційними формами бізнесу, так як надає можливість підвищення продуктивності діяльності. Електронна торгівля має низький бар'єр входу на ринок, у тому числі на глобальний. Як результат це значно знижує затрати на бізнес та підвищує ефективність його управління.

Отже, електронна комерція в Україні активно розвивається та набирає обертів. Серед головних тенденцій розвитку електронної торгівлі відзначимо: збільшення активності користувачів інтернету, їх адаптація та лояльність до онлайн покупок, довіра до інтернет послуг та ресурсів, які стрімко розширюють свій асортимент. Однак, основною проблемою електронної торгівлі в Україні є нагальна проблема в законодавчому регулюванні їх діяльності, стимулюючих та регулюючих нормативно- правових актів. На даний момент головним завданням держави є адаптація законодавчої бази до світових стандартів з метою підвищення ефективності не тільки електронної торгівлі, а й електронної комерції в цілому.

Список використаних джерел:

1. Скілько В. І. Електронна логістика як складова сучасного бізнесу. *Бізнес Інформ*. 2018. № 7. С. 309-314.
2. Чухрай Н. І., Гірна О. Б. Розвиток логістики в умовах Е-економіки. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Логістика. 2018. № 623. С. 272-278.
3. Іваницька Т. Є. Методичний підхід до оцінки ефективності управління підприємством на основі логістичних критеріїв. *Економіка. Управління. Інновації*. 2019. №2.
4. Паласюк Б. Логістичне управління підприємством: сутність і основні принципи. *Галицький економічний вісник*. 2019. №3(36).
5. Чорнописька Н. В. Методичні підходи оцінювання логістичної діяльності підприємства. *Вісник національного університету «Львівська політехніка»*. Серія «Логістика». 2018. №623. С. 265-271.
6. Тридід О. М., Таньков К. М. Логістичний менеджмент: навчальний посібник. / За ред. проф., д-ра економ, наук О.М. Тридіда. Харків: ВД «ІНЖЕК», 2018. 224 с.