

Використання інструментів логістики для вирішення означених задач дозволить знизити рівень витрат в енергетичному ланцюгу, а також підвищить рівень обслуговування споживачів за рахунок підвищення безпеки, екологічності та надійності управлінських рішень.

Література

1. Романькова Т.В., Гриневич М.Н. Энергологистика – наука и практика управления энергоресурсами на промышленных предприятиях. *Материалы, оборудование и ресурсосберегающие технологии* : материалы международной научно-технической конференции, Могилев, 24-25 апреля 2014 г. / ред.: И. С. Сазонов [и др.]. Могилев: Белорусско-Российский университет, 2014. С. 400-401.

УДК 658.7

Яна Радочин

*Студентка 2 курсу факультету торгівлі та маркетингу
Київський національний торговельно-економічний університет
radochinbom@gmail.com*

Світлана Луса

*к.е.н. доцент кафедри торговельного підприємництва та логістики
Київський національний торговельно-економічний університет
p-svitlana@ukr.net*

РОЗВИТОК ТА ТЕНДЕНЦІЇ ЛОГІСТИКИ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

РАЗВИТИЕ И ТЕНДЕНЦИИ ЛОГИСТИКИ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

DEVELOPMENT AND TRENDS IN E-COMMERCE LOGISTICS

Анотація. У статті розглядаються ключові тренди електронної логістики та доводиться важливість технологічних нововведень, також аналізується розвиток ринку інтернет-торгівлі та основні причини зростання. Приводяться методи оцінки ефективності логістичної діяльності та заходи щодо покращення роботи логістичного ланцюга.

Аннотация. В статье рассматриваются ключевые тренды электронной логистики и доказывається важность технологических новшеств, также анализируется развитие рынка интернет-торговли и основные причины роста. Приводятся методы оценки эффективности логистической деятельности и мероприятия по улучшению работы логистической цепи.

Abstract. The article considers the key trends in e-logistics and proves the importance of technological innovations, as well as analyzes the development of the e-commerce market and the main reasons for growth. Methods for evaluating the efficiency of logistics activities and measures to improve the logistics chain are presented.

Обсяг обороту роздрібної торгівлі в Україні за січень 2020 року складає 90833,2 млн. грн. [1] в порівнянні з січнем 2018 року ця сума становить 68828,4 млн. грн. [2] Обсяг роздрібного товарообороту за 2020 рік вище на 24%. В той же час частка продажів у магазинах падає у зв'язку з розвитком електронної комерції.

Основні причини росту обсягу торгівлі:

- ❖ Збільшення платоспроможності середнього класу
- ❖ Більш вигідне співвідношення ціни та якості
- ❖ Швидкість та зручність придбання покупок через інтернет
- ❖ Підвищений вплив медіа маркетингу на споживачів
- ❖ Вигідна та швидка доставка

Найвпливовіші учасники ринку електронної комерції: Розетка- український інтернет-магазин та маркетплейс, що признаний лідером на українському ринку електронної комерції; спеціалізується на продажі електроніки, побутової техніки, одязі, взутті.

Тісно пов'язана з ринком електронної комерції компанія "Нова Пошта". Працює в напрямку B2B «Business to business» та охоплює більшу частку ринку. [3] Цим компаніям споживачі надають найбільшу перевагу, що безперечно свідчить про високу ефективність і успішність діяльності. Початківцям в сфері e-commerce можна брати приклад та запозичувати деякі ключові моменти здійснення операцій, які в більшій мірі впливають на ефективність роботи онлайн-магазину.

Щодо оцінки ефективності логістичної системи - це співвідношення між цільовим показником результату функціонування системи та фактичної її реалізації; це показник, який характеризує якість функціонування системи на заданому рівні загальних витрат". Під ефективністю мається на увазі міра повноти та якості розв'язання проблеми, реалізація системи її призначення. Так, розрізняють підходи до оцінки ефективності логістичних ланцюгів:

- показники ефективності функціонування та управління логістичною діяльністю (логістичні витрати, тривалість логістичного циклу, оборотність об'єктів, ступінь ризику, пов'язаний з потоками руху, ефективність системи, рівень використання фінансових ресурсів);

- показники, що характеризують ефективність окремих логістичних ланок роботи ланцюга поставок (склад, управління запасами тощо);

- оцінка ефективності управління логістикою з точки зору споживача (швидкість замовлення, надійність продавця, можливість зміни параметрів придбаної продукції, можливість задовольнити попит, можливість повернення). [4, с 3]

Підвищити ефективність діяльності ще можна впроваджуючи технологічні тренди.

1) Діджиталізація та автоматизація для постачальників електронної комерції логістики. Сьогодні ми можемо спостерігати такі цифрові тенденції електронної комерції та логістики:

- ❖ Зменшення використання готівки та гаманців, підтримка більш зручних цифрових методів оплати, таких як мобільні пристрої;

- ❖ Прогнозування поведінки на ринку за допомогою спеціального програмного забезпечення;

- ❖ Використання бази даних клієнтів та спеціального програмного забезпечення для розуміння того, чого вони хочуть від вас;

- ❖ Мобільна інтеграція, використовуючи потужність пристроїв малого екрану;

- ❖ Автоматизація процесу доставки в кожній точці, де це можливо.

Керівники також повинні надавати нові знання своїм командам. Якщо будь-яка технологія буде впроваджена в компанії, її працівники повинні розуміти, що це таке, і як його можна використовувати, щоб добре виконувати свою роботу.

2) Літаючі дрони та інші незвичайні логістичні рішення електронної комерції.

Раніше Amazon оголосила, що збирається використовувати безпілотники для доставки товарів. Існує також багато прогнозів щодо ролі транспорту, що керується безпілотно, у доставці. Якщо Uber збирається використовувати такі транспортні засоби для надання послуг таксі, було б доречно використовувати їх і для доставки. Звичайно, галузь автоматизованої логістики, що базується на використанні дронів та безпілотних автомобілів, ще не впроваджена, але деякі великі компанії продовжують говорити про це.

3) Персоналізація та співпраця з клієнтами

Технології персоналізації зараз дуже поширені в електронній комерції, оскільки кожен клієнт любить відчувати себе особливим та отримувати цікаві пропозиції. Компанії також повинні покращити свою комунікацію з клієнтами. Існує принаймні кілька способів зробити це:

- ❖ Використання чатів на веб-сайтах та в додатках, які допомагають клієнтам отримати необхідну інформацію та вирішити свої проблеми, перш ніж люди з команди підтримки;

- ❖ Особистий підхід до кожного клієнта, персоналізована стрічка новин та пропозиції;

- ❖ Повна цілодобова підтримка, яка допомагає клієнтам швидко вирішити свою проблему та отримати необхідну інформацію. Навіть якщо у вас найкраща послуга або

найпопулярніший електронний магазин, без гарної підтримки клієнтів ваш клієнт почне шукати інші компанії;

Як і логістика та транспорт загалом, ланцюжок поставок електронної комерції повинен бути освоєний та оптимізований від початку до кінця. Часто впровадження аутсорсингу може бути ефективним рішенням. Деякі пункти все ж слід враховувати, щоб бути максимально ефективними.

Електронний продавець бажає запропонувати своїм клієнтам справедливую ціну доставки, що не надто дорого коштує. Ціна доставки іноді занадто висока, це може призвести до відмови від кошика. Тому необхідно мати можливість запропонувати кілька пропозицій із цінами, адаптованими до потреб: Швидкість підготовки та доставки замовлення повинна бути максимально швидкою; управління поверненнями, повинно бути ідеально контрольоване логістичним постачальником; екологічний підхід став важливим для свідомості споживачів

Література:

1. За даними Державної служби статистики України [електронний ресурс] Режим доступу : <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/trade/retail/2020/>

2. За даними Державної служби статистики України [електронний ресурс] Режим доступу : <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/trade/retail/2018/>

3. Режим доступу: https://novaposhta.ua/international_delivery/biznes_klientam_md

4. Режим доступу: http://195.69.76.76/bitstream/handle/123456789/16268/170-174_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y

УДК:338.2

Ольга Теряєва,

студентка IV курсу,

*ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

teriaieva.olha@gmail.com

Ірина Пануша,

к.е.н., доцент викладач фахового економічного коледжу

*ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»*

vita-1469@ukr.net

ОРГАНІЗАЦІЯ ЗАКУПІВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ТОРГІВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

ОРГАНИЗАЦИЯ ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ТОРГОВОМ ПРЕДПРИЯТИИ

ORGANIZATION OF PROCUREMENT ACTIVITIES AT THE TRADING COMPANY

Анотація. Розглянуто зміст понять «закупівельна діяльність», «організація закупівельної діяльності». Визначено, з яких торгових операцій складається закупівельна діяльність, розглянуто етапи її здійснення та визначено основні елементи, виконання яких забезпечує ефективність закупівель.

Аннотация Рассмотрено содержание понятий «закупочная деятельность», «организация закупочной деятельности». Определено, из которых торговых операций состоит закупочная деятельность, рассмотрены этапы ее осуществления и определены основные элементы, выполнение которых обеспечивает эффективность закупок.

Abstract. The content of the concepts «purchasing activity», «organization of purchasing activity» is considered. It is determined which trade operations make up the procurement activity, the stages of its implementation are considered, and the main elements are determined, the implementation of which ensures the efficiency of procurement.