

УДК 658.477

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/1-91-7>

Івченко І. Ю.
Амірі Наджия

Державний університет «Одеська політехніка»

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ТА ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ

У статті розглядається організація та функціонування логістики інтернет-магазинів в Україні, яка функціонує на основі сучасних інформаційних технологій. Розглянуто можливості впливу цифровізації на торгові операції та їх особливості у онлайн-логістиці, а саме: визначено особливості торгових операцій в Інтернеті, проаналізовано найважливіші процеси, які складають основу логістичних технологій в е-комерції, виділено основні компоненти логістики в інтернет-торгівлі. Розкривається сутність онлайн-логістики та побудови віртуальних відносин з покупцями та постачальниками, що працюють у відповідній галузі. У статті використовуються дані досліджень групи компаній EVO для вивчення популярності логістичних компаній України та окремих їх послуг. Ці дані дозволили виявити основні тенденції в розвитку логістики електронної комерції та умови, які формуватимуть логістичну галузь в Україні у наступні роки.

Ключові слова: логістика, інтернет-магазин, онлайн-торгівля, е-комерція, компанія, ритейл.

Постановка проблеми. Сучасний ринок онлайн-комерції істотно змінився. Попит на інтернет-торгівлю підвищився, в першу чергу, за рахунок виникнення пандемії. Багато магазинів з офлайн-продажів перешли в онлайн. Відповідно, наявність надійної транспортної компанії є досить важливим фактором для розвитку е-комерції, тому що здійснення якісної і своєчасної доставки робить бізнес ефективним.

Щоб логістика запрацювала на повну силу, потрібно використовувати сучасні логістичні послуги та створювати інноваційні логістичні сервіси. Реалії останніх років вимагають від логістичної галузі гнучкості та швидкого пристосування до умов, що можуть швидко змінюватися.

А враховуючи те, що багато інтернет-магазинів на даний час працюють за дропшипінгом, тобто не маючи власних складів, і є посередниками між великими постачальниками та кінцевими замовниками, питання ефективної логістики для них стає досить актуальним [8].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанню взаємовідносин логістичної галузі та електронної комерції присвячені праці багатьох вітчизняних та закордонних вчених-економістів. У своїх цю проблематику працях досліджували такі науковці, як Лісіца В. [1], Січкаренко К.О. [2], Гудзь О.Є. [3], Коляденко С.В. [4], Волонтир Л.О. [5], Буреннікова Н.В. [6], Качуровський С.В. [7] та ін. Основне направлення їхніх напрацювань присвячено аналізу інструментів логістики, які використовуються у сучасній е-комерції.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Інтернет логістика – це не лише транспорт, склад та матеріальні потоки. Для активного розвитку цієї сфери необхідно розбудувати ІТ-інфраструктуру, яка дасть можливість продавцям та покупцям використовувати додаткові цифрові сервіси. На сьогодні більшість інтернет-магазинів стараються активно застосовувати цифрові технології в роботі та в логістичній галузі, хоча в Україні даний напрямок лише набирає популярності. А тому питання розробки теоретико-методологічних положень логістики в електронній комерції залишається відкритим для подальших досліджень.

Мета статті. Головною метою цієї роботи є дослідження сучасних реалій функціонування логістики в онлайн-комерції в Україні на основі цифрових технологій. У статті буде проведений

аналіз взаємодії найпопулярніших логістичних операторів в Україні з інтернет-магазинами. Метою статті також є характеристика позитивних та негативних факторів, які мають вплив на розвиток електронної комерції підприємств та логістичних структур України.

Виклад основного матеріалу. Своїм бурхливим розвитком логістика зобов'язана онлайн-торгівлі. Саме з масовою появою інтернет-магазинів виникла потреба швидко та безпечно доставити куплений товар клієнту. І сьогодні транспортно-логістична складова є невід'ємною частиною ринку e-commerce.

Пандемія коронавірусу і подальші масові карантинні обмеження привели до так званої диванної революції, коли більшість людей купує товари в інтернеті. І це зростання має досить різкий характер.

За дослідженням компаній EVO у 2020 році в Україні ринок електронної комерції зріс на 40% і досяг 107 млрд грн. У 2021 році така тенденція продовжилася [8].

Можна впевнено стверджувати, що зростання ринку логістики та інтернет-торгівлі через кілька років зрівняється. До того ж, варто зазначити, що після впровадження карантинних заходів, для підприємств малого та середнього бізнесу логістика стала більш затратнішою, зокрема, це призвело до зростання операційних витрат, оскільки великі 3PL-провайдери не ведуть системну роботу з невеликими компаніями.

Інтернет-торгівля заснована на моделі бізнес-процесів, що працюють в інтернеті. Провівши аналіз роботи компаній, можемо визначити особливості торгових операцій в Інтернеті:

- можливість ведення обліку операцій з використанням хмарних технологій та розподіленої обробки даних;
- віртуальна пропозиція товарів підтримується відповідними графічними об'єктами та веб-ресурсами;
- невеликі розміри площ для зберігання товарів;
- високий рівень забезпечення інформаційними технологіями для спілкування з клієнтами;
- високий рівень інтеграції з іншими сервісами, таких як контроль ланцюжка просування товару, доступ до віртуальних соціальних мереж, схеми оплати та ін.;
- проведення операцій без «територіальної прив'язки»;

- мобільність операцій в управлінні взаємовідносинами з клієнтами;
- усунення психологічних бар'єрів між продавцем і покупцем під час віртуального спілкування [4].

Нові можливості призвели до підвищення вимог з використання інтернет-ресурсів, внаслідок чого виникли:

- нові статті витрат на адміністрування та управління інформаційними потоками;
- проблеми з синхронізацією віртуальних замовлень і поставок матеріалів у складі інфраструктури;
- дефіцит професійних наповнювачів контенту в Інтернеті;
- проблеми формування та комунікаційного забезпечення веб-ресурсів.

При цьому вирішення проблем адміністрування та координація процесів продажу, зберігання та транспортування у віртуальних відносинах з клієнтом покладено на добре функціонуючу систему логістики електронної комерції [7].

Логістику онлайн-торгівлі можна визначити як оптимальне управління розподілом товарів матеріальних і супутніх потоків від постачальника до кінцевого споживача шляхом їх синхронізації у віртуальному просторі. Успіх логістики онлайн-торгівлі залежить від ефективного використання інформаційних ресурсів та входження онлайн-магазину у простір цифрової економіки [11].

Кінцевий споживач логістичної системи завжди розосереджений від точки продажів на різну відстань, а вибір правильної політики доставки дозволить забезпечити зниження витрат на зберігання та транспортування. Тому великі роздрібні мережі, бізнес яких будується на цифрових платформах, намагаються укласти договори з операторами доставки для узгодження мереж за територіальними та вартісними характеристиками споживача. Основне питання, які вирішує логістика електронної комерції – це перенаправлення потоку покупців із реального торгового залу до інтернет-магазину. Саме цей процес і складає основу логістичних технологій, таких як:

- технологія організації доставки: наявність центрів доставки;

- самовивіз, наявність власного автопарку з маршрутизацією;

- технологія з можливістю автоматизації складського процесу, застосування робототехніки, штучного інтелекту;

- технологія взаємодії із клієнтами;

- цифрові коди для ідентифікації клієнтів та товарів [3].

Логістика інтернет-торгівлі сьогодні повинна ґрунтуватися на механізмі управління, до складу якої входять такі обов'язкові компоненти, як:

- 1) прогнозування онлайн-попиту з урахуванням асортименту товарів та інтернет-трафіку в мережі;

- 2) наявність та моніторинг діяльності персоналізованих програм лояльності для постійних клієнтів;

- 3) формування системи управління операціями – планування витрат;

- 4) формування системи управління складом та мережевою інформаційною інфраструктурою в режимі онлайн;

- 5) організація доступу до електронної платіжної системи.

Варто відзначити, що тут завжди відсутній прямий контакт з покупцем, а тому інформаційний контент повинен мати особливий вплив. Тобто, саме представлення товару та просування його на ринку мають базуватися на іміджевій складовій та ціні, що здатна конкурувати з наявною на даний час у роздрібній торгівлі [7].

Клієнти часто обирають для транспортування популярні логістичні компанії, які мають великий досвід та високу надійність. Згідно з результатами аналізу, який наведений у [8], найпопулярніші логістичні оператори в Україні: «Укрпошта», «Нова Пошта», «Justin», «МістЕкспрес», «Автолюкс», «Zalmer», «Raben», «Kuehne+Nagel», «НП Логістик».

За результатами інших досліджень, які провела компанія EVO у 2020 році, найпопулярнішою логістичною компанією визнано Нову Пошту. [9] І це був досить прогнозований результат, адже логістикою Нової пошти користуються 97% клієнтів серед опитаних (рис. 1).

Найближчий конкурент Нової пошти – Укрпошта (33%). Найменш популярні – Zruchna (3%) та Делфаст (0,8%) [8; 9].

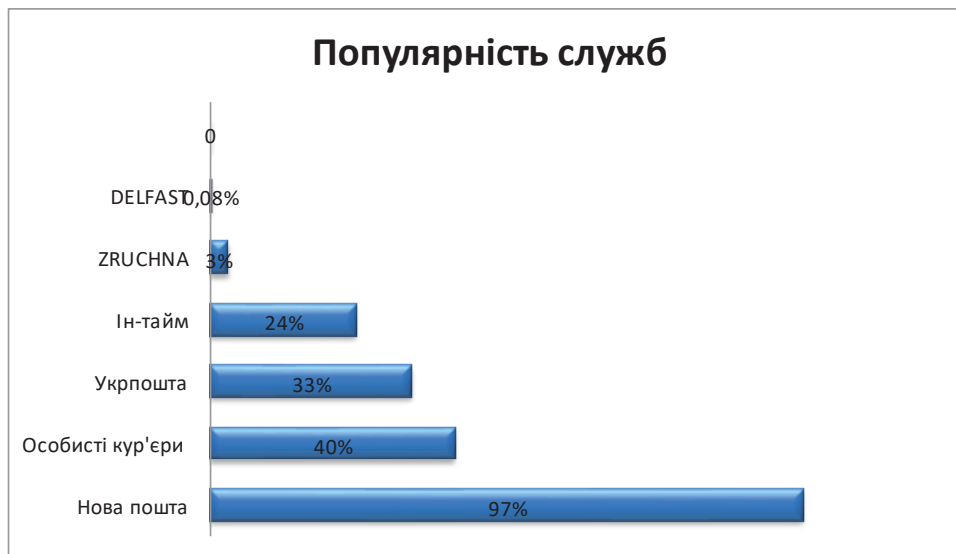


Рис. 1. Діаграма популярності логістичних операторів

Джерело: [10]



Рис. 2. Оцінка логістичних компаній інтернет-клієнтами

Джерело: [10]

Проте, показник популярності логістичних операторів, який показано на рисунку 1, не відображає повної і реальної картини оцінювання. Адже на результат суттєво впливає кількість людей, що приймають участь в опитуванні. Наприклад, за даними [9], найвищу оцінку отримала Нова Пошта (8,45 балів), але й клієнтів вона має значно більше, ніж, наприклад, компанія Делфаст, яка отримала найменший показник – 3,47 балів (рис. 2). Тому оцінка логістичних компаній, яка наведена на рисунку 2, досить приблизна.

Для аналізу стану інтернет логістики в Україні та отримання більш якісних оцінок роботи логістичних компаній з інтернет-магазинами необхідно розширити кількість респондентів. Проте в Україні практично відсутні офіційні статистичні дані щодо обсягів розвитку логістичної галузі та електронної комерції.

На сьогодні логістика для інтернет-магазинів в Україні представлена достатньою кількістю компаній. І кожна із них має і плюси, і мінуси. Кожен клієнт може обрати, компанію, яка відповідатиме саме тим критеріям, які підходять конкретному замовнику послуги. То ж, кожен клієнт може самостійно обрати, що для нього на даний час є пріоритетним: ціна, швидкість доставки, розміщення відділень, наявність програми лояльності тощо. Розглянемо, котра з логістичних компаній може задовільнити більшість цих вимог [11].

Найбільша увага звертається на доступність послуги, тобто на розташування відділень компанії. На сьогодні, найбільшу кількість відділень по території України має Укрпошта – понад 13700 та Нова пошта – понад 6000. А найменша кількість – в компанії Автолукс, всього 200 відділень.

Для Делфаст і Zguchna взагалі не актуально мати багато окремих відділень, їх спеціалізація – адресна доставка. І у цих компаній швидкість доставки товару найвища, адже кур'єри Делфаст доставляють посылки по Києву на електровелосипедах, а Zguchna доставляє замовлення крім Києва, по Харкову та Дніпру і між цими містами [8].

Часто клієнти обирають логістичні послуги, враховуючи час доставки. На сьогодні Укрпо-

шта довозить до адресата посылку за 4-6 днів, а це найдовший час, хоча у неї діє опція, якою не часто користуються замовники, – послуга експрес-доставки. Термін посылки в дорозі тут всього – 1-2 дні.

За допомогою мобільного додатка сьогодні у кожного з операторів можна відстежити, де знаходиться посылка. Наявна також можливість взаємодії та сполучення програмних комплексів за допомогою інтерфейсу API.

Усі логістичні компанії, крім Міст Експрес, мають власні програми лояльності для клієнтів. Принципи заохочення тут є різними – нарахування грошей на бонусний рахунок, знижка часових інтервалів (програма «Щасливий годинник» в Укрпошти) та ін.

Найновіша на сьогодні послуга – фулфілмент, проте на даний час її може запропонувати лише Нова пошта. Лише ця компанія може запропонувати у комплексі усі потрібні операції з моменту оформлення замовлення покупцем та до моменту отримання ним покупки.

Екзотична послуга від логістичних компаній для ринку е-комерції – надсилання кількох товарів на вибір. Ця послуга досить зручна тим, що покупець може обрати лише той товар, що дійсно йому підходить. Сьогодні ніша цієї послуги вільна, оскільки немає компаній, які спеціалізуються на даній опції.

Завдяки ще одній послугі – доставці по інтервалам, клієнт має можливість вибрати годинний інтервал для отримання доставки. Така функція діє в усіх найбільших логістів, крім Укрпошти та Міст Експрес [7].

Проаналізувавши позитивні та негативні фактори, які мають вплив на розвиток електронної комерції підприємств та логістичних структур України, бачимо, на сьогодні електронна торгівля в Україні має стабільні показники розвитку. Проте, існують певні бар'єри, що можуть перешкоджати позитивним змінам у логістичній системі. Позитивні та негативні фактори представлені у таблиці 1.

Висновки і пропозиції. Отже, на сучасному ринку е-комерції сегмент малих і середніх інтер-

Таблиця 1

Позитивні та негативні фактори, що впливають на розвиток електронної комерції підприємств та логістичних структур України

Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> – зростання онлайн-клієнтів; – розвиток сучасних технологій та доступність Інтернету впливає на зміну свідомості споживачів; – розробка нових сегментів ринку; – швидке зростання бізнесу; – вплив на цільову аудиторію за допомогою рекламних каналів є більш економічним. 	<ul style="list-style-type: none"> – конкуренція – високий рівень конкуренції на ринку. <p>Компанія конкурує в глобальному масштабі, необмеженому в часі і просторі.</p> <ul style="list-style-type: none"> – недостатня безпека інформації для її зберігання; – вплив макрфакторів: економічне, політичне і культурне середовище; – недобросовісна конкуренція. <p>Компанії, що не грають за правилами ринку, можуть негативно вплинути на розвиток електронної комерції в цілому через можливість втрати довіри споживачів.</p>

Джерело: побудовано авторами на основі [4]

нет-магазинів має великі можливості для вибору ефективних логістичних послуг, орієнтованих саме під його потреби. Запорукою успіху логістичної компанії може бути послуга одночасного обслуговування десятків і сотень інтернет-магазинів. Логістичний провайдер, який зможе першим

запропонувати такий пакет послуг, завоює ринок логістики. Сучасні логістичні компанії України мають усі шанси розвивати свій бізнес у новому сегменті – цифровій комерції, оскільки володіють для цього усіма інструментами та сучасними методами роботи.

Список використаних джерел:

- Бурдяк О.М. Клієнтоорієнтована логістика в інтернет-торгівлі. *MARKETING*. 2018. Випуск I–II (69–70). URL: <http://www.chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2018/36.pdf>
- Волонтир Л.О. Інформаційна логістика бізнес-структур малих підприємств. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Випуск 34. С. 198–202.
- Гудзь О.Є. Цифрова економіка: зміна цінностей та орієнтирів управління підприємствами. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2018. № 2 (24). С. 4–12.
- Качуровський С.В. Сучасні тренди E-COMMERCE в логістиці. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка» «Логістика»*. 2018. № 892. С. 100–105. 5. Коляденко С.В. Цифрова економіка: передумови та етапи становлення в Україні і у світі. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2016. № 6. С. 105–112.
- Лісіца В. Омніканальні продажі: тенденції, проблеми та перспективи розвитку в українському ритейлі. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2017. № 2(10). С. 100–110.
- Нові реалії логістичної галузі 2020 з точки зору Групи Рабен. URL: <https://eba.com.ua/novi-realiyi-logistychnoyi-galuzi-2020-z-tochky-zoru-grupy-raben/>
- Самые быстрые способы доставки товара в Украине. URL: <https://torgsoft.ua/articles/stati/samye-bystrye-sposoby-dostavki/>
- Огляд українських служб доставки. URL: <https://horoshop.ua/ua/blog/obzor-ukrainskikh-sluzhb-dostavki/>
- Січкаренко К.О. Цифровізація як фактор змін у міжнародних економічних відносинах. *Приазовський економічний вісник*. 2018. Вип. 3(08). С. 30–34. URL: http://rev.kpu.zp.ua/journals/2018/3_08_uk/8.pdf.
- Потапова Н.А. Логістика онлайн-торгівлі в контексті проявів глобалізації цифрової економіки. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2019. № 3.

References:

- Burdyak O.M. (2018). Kliyentooriyentovana logistika v internet-torgivli *MARKETING*, I–II. Retrieved from: <http://www.chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2018/36.pdf> (in Ukrainian)
- Volontyr L.O. (2018). Informatsiyna logistika biznes-struktur malih pidpriemstv [Information logistics of business structures of small enterprises]. *Prychornomorski ekonomichni studii – Black sea economic studios*, 34, 198–202. (in Ukrainian)
- Gudz O.E. (2018). Tsfirova ekonomika: zmiana tsinnostey ta oriyentiriv upravlinnya pidpriemstvami [Digital economy: changing the values and benchmarks of enterprise management]. *Ekonomika. Menedzhment. Biznes – Economy. Management. Business*, 2, 4–12. (in Ukrainian)
- Kachurovskiy S.V. (2018). Suchasni tren di E-COMMERCE v logistitsi [Modern trends of E-COMMERCE in logistics]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politehnika» «Lohistyka» – Bulletin of the National University «Lviv Polytechnic» «Logistics»*, 892, 100–105. (in Ukrainian)
- Kolyadenko S.V. (2016). Tsfirova ekonomika: peredumovi ta etapi stanovlennya v Ukrayini i u sviti [Digital economy: prerequisites and stages of formation in Ukraine and in the world]. *Ekonomika. Finansy. Menedzhment: aktual'ni pytannya nauky i praktyky – Economy. Finances. Management: topical issues of science and practice*, 6, 105–112. (in Ukrainian)
- Lisitsa V. (2017). Omnikanalni prodazhi: tendentsiyi, problemi ta perspektivi rozvitku v ukrayinskomu riteyli [Omnichannel sales: trends, problems and prospects of development in Ukrainian retail]. *Problemy i perspektivy ekonomiky ta upravlinnia – Problems and prospects of economy and management*, 2, 100–110. (in Ukrainian)
- Novi realiyi logistychnoyi galuzi 2020 z tochki zoru Grupy Raben. [New realities of the 2020 logistics industry from the perspective of the Raben Group]. Retrieved from: <https://eba.com.ua/novi-realiyi-logistychnoyi-galuzi-2020-z-tochky-zoru-grupy-raben/> (in Ukrainian)
- Samye bystrye sposoby dostavki tovara v Ukraine. [The fastest ways to deliver goods in Ukraine]. Retrieved from: <https://torgsoft.ua/articles/stati/samye-bystrye-sposoby-dostavki/> (in Ukrainian)
- Sichkarenko K. (2018). Cifrovizaciya yak faktor zmin u mizhnarodnih ekonomichnih vidnosinah. *Priazovskij ekonomichnij visnik*, 3(08), 30–34. Retrieved from: http://rev.kpu.zp.ua/journals/2018/3_08_uk/8.pdf. (in Ukrainian)
- Oglyad ukrayinskih sluzhb dostavki. [Overview of Ukrainian delivery services]. Retrieved from: <https://horoshop.ua/ua/blog/obzor-ukrainskikh-sluzhb-dostavki/> (in Ukrainian)
- Potapova, N. (2019) Logistika onlajn-torgivli v konteksti proyaviv globalizaciyi cifrovoyi ekonomiki [Logistics of online trade in the context of the globalization of the digital economy]. *Ekonomika. finansy. menedzhment: aktualni pytannya nauki i praktiki*, 3. (in Ukrainian)

Ivchenko Iryna

Ameeri Najia

National University "Odessa Polytechnic"

MODERN REALITIES OF LOGISTICS AND ELECTRONIC COMMERCE DEVELOPMENT IN UKRAINE

Summary

The article discusses the organization and functioning of the logistics sector of online stores in Ukraine, which operates on the basis of modern information technologies. The possibilities of the influence of digitalization on trading operations and their features in online commerce, especially online stores, are explored. The most important indicators that affect the devotion and loyalty of customers of logistics services, such as delivery time, availability, fulfilled, package tracking option, delivery of several types of goods, the presence of a separate application, are analyzed. The article reveals the essence of online retail logistics and building virtual relationships with buyers and suppliers operating in the relevant industry, the prospects for the innovative potential of entrepreneurial logistics. The main principles for the development of innovative technologies in the field of logistics have been identified, positive and negative factors influencing the development of e-commerce and logistics companies have been established. It has been proven that digitalization in the logistics and trade industries has a number of positive aspects, which are fast payments and decision-making at all stages of supply, time saving, the ability to receive goods from different companies at the same time, and the timeliness of obtaining useful information. The methods of delivery of goods, as well as the services of logistics operators that currently operate on the market, as well as ways to reduce the cost of delivering goods with a high quality of service, have been studied. The article uses research data from the EVO group of companies to study the popularity of Ukrainian logistics companies and their individual services, and identifies the leaders of the logistics market. These data made it possible to substantiate the main trends in the development of e-commerce logistics and the conditions that will shape the logistics industry in Ukraine in the coming years. It has been established that the use of modern innovations in the information support of logistics processes will significantly increase the competitive advantages of an e-commerce enterprise.

Keywords: logistics, online store, online trade, e-commerce, company, retail.
