

УДК 658.87:004.738.5

Омельченко Г.П.

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та міжнародних економічних відносин

Архипова Г.О.

здобувачка вищої освіти спеціальності «Менеджмент»

РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ ЛОГІСТИКИ ЯК НАПРЯМОК ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Основна проблематика досліджуваної теми полягає в нестачі наукових досліджень впливу рівня логістичного забезпечення на розвиток електронної комерції підприємств. Гальмуючим фактором розвитку електронної комерції вітчизняних підприємств є недостатнє використання методик розвитку логістичного забезпечення зарубіжних країн. Управлінські підходи до логістичних процесів електронної комерції на українських підприємствах часто далекі від загальносвітових практик і вимагають модернізації. Пошук кращих рішень, використовуваних зарубіжними фахівцями логістики, та їх впровадження в український сегмент електронної комерції дадуть змогу вивести підприємства на новий рівень ефективності.

Обсяг обороту роздрібною 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.

Основними причинами зростання обсягів торгівлі є 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 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 має запропонувати своїм клієнтам справедливую ціну доставки, що не надто дорого коштує. Ціна доставки іноді занадто висока і це може призвести до відмови від кошика. Тому необхідно запропонувати кілька пропозицій із цінами, які задовольняють покупця. Швидкість виконання замовлення має бути максимальною адаптованою до потреб споживача; управління поверненнями, повинно бути ідеально контрольоване логістичним постачальником.

Таким чином, все вищезазначене дозволяє зробити висновок, що розвиток електронного ринку логістики стає все більш актуальним з точки зору підвищення конкурентоспроможності національної економіки в умовах діджиталізації.

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 378.091

Зайковський О.С.

аспірант кафедри економіки та міжнародних економічних відносин

РОЗВИТОК ОНЛАЙН ОСВІТИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

У світовому господарстві відбуваються зміни, які впливають на поширення цифрової економіки [1, с.7-9]. Ці зміни пов'язані із переходом від аналогового до цифрового зв'язку, значна частина трансакцій сьогодні відбувається в інтернеті (передача інформації, робота ЗМІ тощо), доступ до якого у світі в цілому зріс за останні десять років на 65% [2]. Інтелектуальна складова потенціалу національних економік уособлює нове неречове багатство, у створенні якого особливого значення набувають інформація, інновації та знання [3, с.51].

Сучасний рівень розвитку мобільних технологій зв'язку дозволяють підключення до цифрових мереж у будь-який момент часу, шляхом використання смартфонів, планшетів, ноутбуків тощо. При цьому, людина обирає бажаний для себе потік інформації, який поступає на особисті пристрої. Одночасно, сучасна людина отримала можливість споживаючи цифрові послуги, створювати власні (ведення власних блогів, викладення відеороликів в YouTube, надання інформації до Wikipedia тощо). Фактично, можна визначити, що відкритість в інтернеті вже практично стала нормою, а сам інтернет став глобальною мережею інформації та ідей. Подібні трансформації, що відбуваються у світі, вимагають змін у навчанні. Одночасно, варто підкреслити, що інтенсивне використання інтернету автоматично не покращує результати та якість навчання, більш того, освіта вже відстала від кривої оцифрування [4].

У світі поширюються різноманітні онлайн форми (online programme management) співпраці із університетами, які надають відповідний освітній контент, а компанія-менеджер забезпечує просування освітніх послуг на онлайн ринку, створюючи нові мобільні та гнучкі пропозиції для студентів. Запуск