

Височин І. В.,

д.е.н., проф. кафедри економіки та фінансів підприємства, Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ

ЛОГІСТИКА ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ

Анотація. У статті розглянуто проблеми формування систем логістики підприємств електронної торгівлі. Представлено еволюцію теорії логістики, передумови розвитку та цільові орієнтири електронної логістики, мікрологістичні концепції, поширені у сфері електронної торгівлі. Висвітлено роль електронної торгівлі в роздрібному товарообороті країни, запропоновано визначення системи електронної торгівлі. Враховуючи мету дослідження, обґрунтовано доцільність застосування логістичних підходів у діяльності підприємств електронної торгівлі з метою забезпечення ефективності їх функціонування та стійкого розвитку в довготривалій перспективі, визначені отримувані при цьому переваги та недоліки. Подальші дослідження повинні бути орієнтовані на розробку організаційно-економічних механізмів впровадження логістичних підходів у бізнес-процеси підприємств електронної торгівлі.

Ключові слова: підприємство електронної торгівлі, система електронної торгівлі, логістика, види логістики, логістичні операції, переваги від впровадження логістичних підходів, мікрологістичні концепції.

Vysochiyn I. V.,

Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Economics and Finances of Enterprise, Kyiv National University of Trade and Economics, Kyiv

LOGISTICS AS A FACTOR OF DEVELOPMENT OF E-COMMERCE ENTERPRISES

Abstract. The article considers the problems of forming of logistics systems of e-commerce enterprises. The evolution of logistics theory as well as the prerequisites and targets of e-logistics, micrologistics concepts, prevalent in e-commerce are presented. The role of e-commerce retail turnover in Ukraine is highlighted and the definition of e-commerce system is proposed. Considering the purpose of the study, the feasibility of logistical approaches in the activities of e-commerce companies is proved with the aim to ensure their effectiveness and sustainability in the long term as well as the advantages and disadvantages obtained are determined. Further research should focus on developing organizational and economic mechanisms of implementation logistics approaches in business processes of e-commerce enterprises.

Keywords: e-commerce enterprise, e-commerce system, logistics, types of logistics, logistics operations, the benefits of implementing logistics approaches, micrologistics concepts.

Постановка проблеми. Стрімкий розвиток системи глобальних комунікацій, що підтримують функціонування мережі Інтернет, спонукає сучасних підприємців у сфері товарного обігу до кардинальних змін в організації відносин із постачальниками і споживачами, обумовлює випереджуючі темпи розвитку електронної торгівлі. В сучасних умовах остання виступає як "...комплексна багатоаспектна діяльність суб'єктів електронної торгівлі, яка охоплює такі бізнес-процеси, як електронний маркетинг, закупівлі на основі електронних систем, віртуальний торгово-технологічний процес, доставка товарів споживачам за електронними технологіями та (або) традиційне транспортування товарів" [8, с. 9].

Дані офіційної статистики та компетентних оцінювачів свідчать про зростання її обсягів та частки в товарообороті роздрібної торгівлі України (табл. 1).

Досвід господарювання у зазначеній сфері свідчить, що найширші можливості отримують підприємства електронної торгівлі саме внаслідок використання технічних, технологічних та організаційних можливостей глобальної мережі Інтернет як наймасштабнішого середовища застосування інформаційних комунікаційних технологій. Водночас ці можливості дозволяють по-новому побудувати систему логістики та перетворити її в фактор розвитку підприємств електронної торгівлі на ринку товарів і послуг.

Обсяги товарообороту електронної торгівлі та її частка в товарообороті роздрібної торгівлі України у 2007-2015 рр.*

Показники	Роки								
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Товарооборот роздрібної торгівлі, млрд. дол.	63,2	85,2	56,9	66,8	84,7	99,5	105,5	111,8	118,5
Ланцюгові темпи росту, %	-	134,8	66,8	117,4	126,8	117,5	106,0	106,0	106,0
Товарооборот електронної торгівлі, млрд. дол.	0,40	0,60	0,55	0,73	1,10	1,59	2,37	3,24	4,44
Ланцюгові темпи росту, %	-	150,0	91,7	132,7	150,7	144,5	149,1	137,0	137,0
Частка електронної торгівлі в товарообороті роздрібної торгівлі, %	0,6	0,7	1,0	1,1	1,3	1,6	2,3	2,9	3,8

*За даними Державної служби статистики України, Morgan Stanley Research, Fintime

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у розвиток теорії та практики організації електронної торгівлі зроблено у працях провідних вітчизняних і зарубіжних вчених: В. Алексуніна [1], І. Балабанова, А. Берези, О. Березіна [2], Л. Брагіна, В. Брижко, С. Валігурського [3], Л. Винарика, Г. Дункана, Д. Еймора, Р. Імері, А. Кантаровича, І. Козака, Д. Козьє, К. Коллі, М. Макарової, Н. Меджибовської, Б. Мізюка, О. Оліфірова, В. Плескач, А. Саммера, С. Смірнова, Л. Тимченка, І. Успенського, В. Царьова, А. Юрасова, І. Ярової [9] та ін., проте питання логістичної діяльності підприємств електронної торгівлі в них не досліджувалися.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування доцільності застосування логістичних підходів у діяльності підприємств електронної торгівлі з метою забезпечення ефективності їх функціонування та стійкого розвитку в довготривалій перспективі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Концепція логістичного бізнесу (цивільного) походить від військової логістики. Спалах інтересу до неї спостерігається з кінця 50-х років ХХ ст. внаслідок виявлення можливостей економії у розподілі (звідси походить логістика продажів або логістика розподілу). Крім цього, отримали поширення ідеї щодо використання логістики у постачанні, виробництві, транспортуванні, зберіганні продукції (товарів). В результаті сформувалися окремі види логістики як системи прикладних знань у конкретних сферах діяльності: логістика закупівель (охоплює процеси поставок сировини та матеріалів), логістика виробництва (включає планування виробничої програми та управління її реалізацією), логістика розподілу (включає контроль і моніторинг всіх процесів, необхідних для транспортування готової продукції та товарів із сфери виробництва до покупців), логістика транспорту (охоплює застосування концепцій і логістичних інструментів у процесі перевезень матеріалів, товарів, людей) та ін.

Розвиток глобалізаційних процесів сприяв поширенню логістичних ідей і концепцій та виходу їх за межі однієї компанії. Як наслідок, на початку

ХХІ ст. виникає термін “ланцюг постачань”, здійснюється формування наукових підходів до управління логістичними ланцюгами (логістичною мережею, логістичною системою). У залежності від діапазону впливу варто виокремити мікрологістику (обмежується логістичними процесами в одній компанії), мезологістику (оперує логістичними процесами, що відбуваються в межах однієї галузі економіки), макрологістику (охоплює логістичні процеси, що відбуваються загалом в економіці країни), єврологістику (поширює логістичні процеси на територію європейського континенту), глобальну логістику (охоплює територію всього світу).

Нині логістика є одним із найбільш важливих інструментів ведення бізнесу. Логістика у широкому розумінні – це процес планування, реалізації та контролю за ефективно організованими потоками сировини, готової продукції (товарів) і відповідної інформації з пунктів відправлення до пунктів споживання з метою задоволення потреб клієнтів. Логістичні операції можуть включати (але не обов'язково обмежуються ними): прогнозування попиту споживачів, обробку замовлень, організацію руху інформації, оптимізацію розташування складів, процеси закупівель, упаковки, транспортування та зберігання товарів, управління запасами, технічне обслуговування тощо. Зазначені операції сформували правила організації оптимального товаропостачання – “7R” (англ.): Right product (необхідний товар), Right quantity (необхідна кількість), Right condition (прийнятні умови), Right place (потрібне місце), Right time (визначений час), Right customer (визначений покупець), Right price (прийнятна ціна).

Необхідність реалізації даного комплексу вимог під час організації продажів товарів у системах електронної торгівлі визначає потребу в застосуванні відповідного логістичного інструментарію, адже, незважаючи на віртуальний характер маркетингових (маркетингові дослідження, рекламна робота) та комерційних (продаж товарів, розрахунки за товари) процесів, основна частина угод у системі електронної торгівлі завершується реальною доставкою товарів (за винятком, звичайно, цифрових), що обумовлює потребу в наявності у логістичному ланцюгу товарних запасів, здійснення їх складської

обробки, виконання транспортних операцій, які є прерогативою логістики.

Поширення інформаційних систем та комп'ютерних мереж призвело до розвитку електронної логістики, що базується на використанні мережі Інтернет, інформаційних систем та інформаційних технологій для управління бізнес-процесами. При цьому центрами фокусування логістичного впливу є вирішення таких завдань:

- постачання сировини (матеріалів), товарів, необхідних для ефективного функціонування підприємства;
- зберігання виробничих та товарних запасів, організація роботи складів;
- доведення товарів до роздрібних та оптових торговців, кінцевих споживачів;
- оптимізація схем транспортування;
- стимулювання збуту продукції, організація передпродажного та післяпродажного обслуговування покупців;
- формування систем лояльності постачальників та покупців;
- створення мережі логістичних послуг;
- ефективне управління та моніторинг ланцюга постачань;
- підтримка функціонування бізнес-сайтів (електронний магазин, електронний банкінг, інтернет-аукціон, електронне складування, електронний каталог тощо) та ін.

Традиційне розуміння поняття “система електронної торгівлі” пов'язане з її тлумаченням у суто технічному аспекті: так, одні автори під системою електронної торгівлі вважають форму відображення у Web-вигляді прайс-листа, комори, системи замовлень торговельного підприємства, фірми-виробника тощо, яка забезпечує дієвий зв'язок віртуального світу з реальним, внутрішнім життям цієї установи; інші автори розглядають систему електронної торгівлі як таку, що об'єднує електронно-комерційні компоненти з системами, що забезпечують автоматизацію внутрішніх бізнес-процесів компанії [2; 3; 5]. В той же час з позицій загального гносеологічного підходу, під системою електронної торгівлі слід розуміти комплекс підсистем, елементів та компонентів і притаманних їм властивостей, взаємодія між якими відбувається шляхом забезпечення всіх бізнес-процесів, які здійснюються на підприємствах електронної торгівлі.

Логістичний підхід у роботі підприємства електронної торгівлі дає можливість знизити його експлуатаційні витрати. Разом з тим, застосування комп'ютерної техніки, інформаційних мереж, спеціалізованого програмного забезпечення дозволяє досягти економії витрат обігу та витрат на організацію комунікацій. Використання послуг електронної торгівлі сприяє не лише оптимізації часу на пошук необхідного покупцем товару, але й пришвидшенню часу обертання товарів, скороченню ланцюга постачань, спрощенню контролю за процесами товаропросування, зменшенню ризику і потенційних втрат внаслідок вибору недобросовісних партнерів по бізнесу.

Зазначені переваги від впровадження електронної логістики значно переважають недоліки. Наголосимо, що впровадження інструментарію електронної логістики потребує значних фінансових ресурсів, а віддача від цього принесе фінансові вигоди в довгостроковій перспективі. Крім цього, використання інформаційних та комунікаційних технологій знижують рівень конфіденційності відносин “виробник (постачальник) – продавець – покупець (споживач)”.

Оскільки логістика фактично є формою оптимізації ринкових зв'язків та основою гармонізації інтересів учасників процесу переміщення продукції і товарів, то ефективне забезпечення вищезгаданих бізнес-процесів у даний час є надзвичайно актуальним і чинить вплив як на фінансово-економічні результати діяльності підприємств електронної торгівлі, так і на рівень задоволення потреб споживачів.

Серед мікрологістичних концепцій, які знайшли своє визнання у практиці електронної торгівлі, варто відзначити систему ERP (Enterprise Resources Planning) як тип інтегрованих ресурсів. Дана система з'явилася в результаті розвитку системи MRP-II і дозволяє здійснювати планування ресурсів підприємства, розподіл та реалізацію товарів, а також отримувати інформацію про зміну попиту на ринку та його детермінанти. Важливою рисою системи є можливість інтеграції всіх сфер діяльності компанії, проведення фінансового аналізу та на основі цього внесення змін в організацію управління бізнес-процесами.

Програмне забезпечення SRM (Supplier Relationship Management) дозволяє організувати взаємовідносини торговельного підприємства з постачальниками на засадах комплексного підходу (оптимізувати джерела постачання та розміщення товарних запасів, автоматизувати операції купівлі-продажу, запровадити оцінку роботи постачальників та ін.).

Система SCM (Supply Chain Management) являє собою систему управління ланцюгами постачань. Вона дає можливість ефективно підтримувати процеси виробництва і продажу товарів, а також управляти матеріальним (товарним), інформаційним та фінансовим потоками. Завдяки реалізації системи SCM компанії отримують здатність більш ефективно впливати на постачальників і споживачів, оптимізувати бізнес-процеси.

CRM-система (Customer Relationship Management) фокусується на моніторингу й організації відносин із наявними та потенційними покупцями (споживачами). Застосування системи дозволяє підвищити обсяги товарообороту, оптимізувати маркетинг, покращити організацію бізнес-процесів, відслідковувати результати діяльності підприємства. Особлива увага в цьому випадку приділяється аналізу потреб ринку та управлінню замовленнями, організації продажів, проведенню маркетингових кампаній, обслуговуванню покупців після виконання замовлень, створенню центрів обробки викликів та ін.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Активізація в економічному середовищі процесів електронного логістичного бізнесу та електронної комерції несе ряд додаткових переваг. Найбільшою з них є значне скорочення часу на подолання розриву між постачальником та його клієнтами у процесі розподілу товарів. Загальна ефективність систем електронної торгівлі великою мірою визначається ефективністю способів організації руху товарної маси від місць їх продажу до споживача, разом з тим, ці процеси тісно пов'язані з організацією матеріального (товарного) забезпечення підприємств, що обумовлює необхідність використання інструментарію логістики для підвищення рівня організації роботи з постачальниками, клієнтами (покупцями) на умовах інтеграції виробничо-транспортно-торговельних систем і оптимізації торгово-технологічних процесів. Подальших досліджень потребує формування організаційно-економічних механізмів впровадження логістичних підходів у бізнес-процеси підприємств електронної торгівлі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Алексунин В. Электронная коммерция и маркетинг в Интернете / В. Алексунин. – М. : Дашков и К°, 2005. – 216 с.
2. Березін О. В. Сучасна візія економічного механізму функціонування підприємства електронної торгівлі / О. В. Березін // Науковий вісник Одеського національного економічного університету : зб. наук. праць. – Науки: економіка, політологія, історія. – 2014. – № 5 (213). – С. 30-37.
3. Валигурский С. Д. Организационно-экономические основы формирования и развития интернет-торговли : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. экон. наук : спец. 08.00.05 “Экономика и управление народным хозяйством” / С. Д. Валигурский. – М., 2012. – 24 с.
4. Васильева Р. Н. Электронная коммерция как фактор повышения конкурентоспособности торгового предприятия [Электронный ресурс] / Р. Н. Васильева, Е. С. Андреянов // Ученые заметки ТОГУ : электронное научное издание. – 2013. – Т. 4. – № 4. – С. 95-98. – Режим доступа : http://pnu.edu.ru/media/ejournal/articles/2013/TGU_4_43.pdf.
5. Дубовик Т. Интернет-торгівля в Україні / Т. Дубовик // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету : зб. наук. праць. – К. : КНТЕУ, 2013. – № 1. – С. 20-28.
6. Мірошніченко Т. В. Вплив та роль логістики в розвитку електронної комерції в Україні / Т. В. Мірошніченко, Г. Ю. Чорна // Экономика и управление : науч.-практ. журнал. – Симферополь : НАПКС, 2013. – № 5. – С. 59-62.

7. Статистичний щорічник України за 2014 рік : стат. зб. / Державна служба статистики України ; [за ред. І. М. Жук]. – К., 2015. – 586 с.

8. Хамула О. О. Організаційно-економічний механізм управління системою реалізації книжкової продукції в підприємствах електронної торгівлі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 “Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)” / О. О. Хамула. – Львів, 2014. – 23 с.

9. Ярова І. І. Управління просуванням товаро-потоків підприємств засобами Інтернет-технологій : дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.04 / І. І. Ярова. – Полтава, 2008. – 222 с.

REFERENCES

1. Aleksunin, V. (2005), *Jelektronnaja kommercija i marketing v Internete* [E-commerce and Marketing on the Internet], Dashkov i K°, Moscow, Russia.
2. Berezin, O. V. (2014), “Suchasna vizija ekonomichnoho mekhanizmu funktsionuvannia pidpriemstva elektronnoi torhivli”, *Naukovyj visnyk Odes'koho natsional'noho ekonomichnoho universytetu*. Vol. 5 (213), pp. 30-37.
3. Valigurskij, S. D. (2012), “Organizational-economic bases of formation and development of e-commerce”, E.C. Thesis, Economy and management of a national economy, Moscow, Russia.
4. Vasil'eva, R. N., Andrejanov, E. S. (2013), *Jelektronnaja kommercija kak faktor povyshenija konkurentosposobnosti trgovogo predprijatija* [Online], available at: http://pnu.edu.ru/media/ejournal/articles/2013/TGU_4_43.pdf
5. Dubovyk, T. (2013), “Internet-torhivlia v Ukraini”, *Visnyk Kyivs'koho natsional'noho torhovel'no-ekonomichnoho universytetu*. Vol. 1, pp. 20-28.
6. Miroshnichenko, T. V., Chorna, H. Yu. (2013), “Vplyv ta rol' lohistyky v rozvytku elektronnoi komertsii v Ukraini”, *Ekonomyka y upravlenye*. Vol. 5, pp. 59-62.
7. *Statystychnyj schorichnyk Ukrainy za 2014 rik* (2015) [Statistical Yearbook of Ukraine for 2014], Kyiv, Ukraine.
8. Khamula, O. O. (2014), “Organizational-economic mechanism of implementing the system of books in e-commerce business”, E.C. Thesis, Economics and management of enterprises (by economic activity), Lviv, Ukraine.
9. Yarova, I. I. (2008), “Management companies promoting trade flows by means of Internet technologies”, Dissertation, Economics and management of enterprises (by economic activity), Poltava, Ukraine.