

Манорик Г. О.

аспірант

Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Manoryk H. O.

Postgraduate Student, National Technical University of Ukraine
“The Kiev Polytechnic Institute named after Igor Sikorsky”, Kyiv

АНАЛІЗ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Перспективи розвитку електронної комерції підприємств України повинні ґрунтуватись на впровадженні кращих практик зарубіжного досвіду управління логістичним забезпеченням. Отримані в ході аналітики практичні елементи управління логістичним забезпеченням доцільно впровадити в електронну комерцію підприємств України, підвищивши їх економічну ефективність. У статті проаналізовано логістику сфери електронної комерції підприємств Китаю, США й Німеччини. Аналіз показників проводився на основі статистичних даних онлайн-ресурсу Statista й електронних ресурсів Світового банку. Основним критерієм оцінювання ефективності логістики країн був LPI, тобто індекс логістичної потужності. Методика цього індексу дає змогу найбільш повноцінно оцінити логістичну систему тієї чи іншої країни. Аналітика зачіпає саме ті аспекти логістичної системи, які безпосередньо чи опосередковано можуть торкнутися системи електронної комерції підприємств.

Ключові слова: логістика електронної комерції, зарубіжний досвід, управління логістичним забезпеченням, логістичне забезпечення за кордоном, електронна комерція за кордоном.

Вступ та постановка проблеми. 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.

У 2017 році ринок електронної комерції України продемонстрував приріст грошового обсягу від реалізації товарів та послуг у 30–40% порівняно з минулим роком, склавши 50 млрд. гривень. Це свідчить не тільки про позитивні зміни у сфері електронної комерції, але й про його слабкий рівень сформованості. 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.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження логістичного забезпечення в сегменті електронної комерції представлено роботами таких зарубіжних вчених, як П. Друкер, Д.Дж. Бауерсокс, Д.Дж. Клосс, Д. Еймор, Е. Ілайес, М. Вітцель, Д. Козяче, К. Пейтел, М. Мак-Картні, Д. Сігел, М. Уорнер. Значний теоретичний внесок у дослідження логістики електронної комерції зробили такі українські вчені, як, зокрема, В.І. Скілько, Н.В. Чернописька, Н.Т. Гриньов, М.В. Кіндій, М.М. Мага, М.С. Шкода, М.О. Антоненко, І.П. Мішук. Серед російських дослідників цієї проблеми варто виділити Н.Г. Старкову, І.Г. Рзун, В.А. Шумаєва, В.Н. Миронова.

Пітер Друкер виділяє пріоритетну роль логістичного забезпечення в розвитку електронної торгівлі та вважає, що «доставка стане основною конкурентною перевагою» цього напрямку реалізації продукції [17]. Також варто відзначити роботи польського автора А. Кави, який надає особливого значення фулфілмент-сервісу для розвитку логістичного забезпечення електронної торгівлі [14, с. 429–438].

Вітчизняні вчені Н.Т. Гриньов, М.В. Кіндій, М.М. Мага [12, с. 576–579] розглядали у своїх роботах електронну комерцію з логістичної точки зору. Вони наголошували на тому, що в сучасних ринкових умовах логістичне забезпечення відіграє вирішальну роль у розвитку електронної комерції підприємств. М.С. Шкода розкриває у своїх роботах вплив логістичного забезпечення на управління ефективним розвитком підприємства, спираючись на світовий досвід [16, с. 31–36].

Такі українські вчені, як Н.В. Чернописька та О.В. Солодка, проаналізували взаємозв'язок між розвитком електронної комерції та розвитком ринку послуг логістичного забезпечення. Ці автори також відзначають брак теоретичних досліджень наукової спрямованості у сфері логістичного забезпечення електронної комерції України, низький рівень розвитку ринку логістичних послуг для електронної комерції порівняно із зарубіжними країнами, необхідність застосування кращого досвіду провідних країн [17, с. 490–495]. Автор погоджується з цією точкою зору, але ще відзначає недолік успішних практичних кейсів впровадження логістичних процесів під час організації процесу розвитку електронної комерції українських підприємств.

О.М. Антоненко та І.П. Мішук сформулювали рекомендації для оптимізації логістичної діяльності в електронній торгівлі підприємств для підвищення ефективності їх функціонування [19, с. 349–356].

Важливий внесок в аналіз зарубіжного досвіду логістичного забезпечення зробили російські вчені Н.Г. Старкова та І.Г. Рзун, які досліджували особливості ефективного функціонування логістичних систем зарубіжних країн [13], а також В.А. Шумаєв та В.Н. Миронов, які вивчали досвід провідних зарубіжних країн в галузі створення комплексних логістичних центрів з одночасною організацією вільних економічних зон [15, с. 49–57].

Дослідження зарубіжного ринку логістичних послуг у сфері електронної комерції проводилось також на основі показників і статистик за останні роки в цій галузі. Особливе місце в аналізі посіли статистичні дані онлайн-ресурсу Statista (www.statista.com) та веб-сайт

рейтингу LPI (www.lpi.worldbank.org), які є авторитетними джерелами.

Метою роботи є дослідження зарубіжного досвіду управління логістичним забезпеченням електронної комерції для того, щоб визначити пріоритетні напрями підвищення рівня розвитку електронної комерції вітчизняних підприємств. Вивчений досвід управління логістичними процесами електронної комерції, перейнятий у зарубіжних підприємств, повинен бути успішно впроваджений на українських підприємствах тієї ж спрямованості задля підвищення економічної ефективності та оптимізації складових логістичних систем.

Результати дослідження. Зарубіжні дослідники відзначають особливу роль логістичного забезпечення в побудові ефективних бізнес-процесів, поліпшенні економічних взаємозв'язків між державами та підвищенні якості життя загалом. На цьому акцентували увагу такі відомі зарубіжні вчені в галузі логістики, як Д.Дж. Бауерсокс і Д.Дж. Клосс, говорячи, що «роль і значення логістики в сучасному бізнесі настільки зросли, а сама вона перетворилась на настільки багатообіцяючу, хоча й складну, галузь ділового успіху і професійного зростання, що було б дуже недалекоглядно сьогодні не спробувати оволодіти її. Для нинішніх менеджерів і підприємців вивчення логістики та впровадження принципів логістичного менеджменту у своїх компаніях – це не просто данина моді, а необхідна умова виживання в сучасній конкурентній боротьбі» [11, с. 24].

Дослідження досвіду країн різних регіонів світу, зокрема США, Китаю, Німеччини, Японії та Індії, демонструє тенденцію до збільшення асортименту в сегменті логістичних послуг, підвищення їх технологічної якості та зміщення фокусу на їх комплексність. Передумовами до цих змін на ринку логістики стали збільшення потужностей виробництва за останні кілька десятиліть, що привело до великої різноманітності асортименту вироблених товарів та підвищення попиту на них, та вимога кінцевого споживача кращих умов поставок. Особливий вплив на логістичну галузь здійснює сегмент електронної торгівлі, де споживач звик до високої швидкості доставки за відносно низької вартості. Таким чином, ключовими завданнями провайдерів логістичних послуг є оптимізація витрат, демонстрація високої якості послуг та підвищення рівня їх технологічної складової.

Для подальшого аналізу ефективності управління логістичними системами за кордоном слід звернутися до міжнародного рейтингу LPI (Logistics Performance Index), який формується Всесвітнім банком. Хоча лідерство країн у рейтингу LPI часто обумовлено специфічними факторами та географічним положенням, а їх логістичні системи не є еталонними для точного відтворення в інших регіонах та мають свої недоліки, сьогодні рейтинг LPI є основною аналітичною метрикою для надання оцінки логістичної потужності країни.

Структура рейтингу включає оцінку логістичної системи за шістьма основними параметрами, такими як митниця, інфраструктура, відвантаження, якість логістики і компетентність, контроль, своєчасність.

Завдяки рейтингу LPI можна відстежити деяку закономірність між показниками індексу потужності логістики та відсотком населення, що є активними споживачами продуктів ринку електронної комерції.

Проаналізувавши дані табл. 1, можемо зробити висновок, що чим нижче індекс країни за показниками логістичного потенціалу, тим скромніше показники ефективності сфери електронної комерції. Цей аналіз ще раз вказує на залежність електронної комерції від розвиненості логістичної системи країни. Однак цю закономірність можна розглядати і в зворотному порядку: чим ширше аудиторія онлайн-користувачів, які роблять покупки в Інтернеті, тобто чим більше розвинена електронна комерція регіону, тим більше цей фактор стимулює перехід логістичної системи на вищий рівень. Таким чином, ми спостерігаємо зростання логістичних показників як реакцію на вимогу аудиторії онлайн-споживачів поліпшити якість послуг з боку логістики. Тобто логістика може черпати величезний потенціал до зростання, орієнтуючись на потреби підприємств електронної торгівлі.

Проаналізуємо логістичні потужності деяких країн світу в контексті взаємозв'язку з ринком електронної комерції.

Досвід Німеччини.

Логістичний досвід Німеччини особливо цікавий і показовий, адже в рейтингу LPI вона посідає перше місце серед 160 країн (за 2016 рік). Найвищий індекс Німеччина демонструє за розвиненістю логістичної та транспортної інфраструктури, а саме 4,44 (2016 рік), та за рівнем компетенції місцевих фахівців логістичних послуг, а саме 4,28 (2016 рік). Ці показники можуть бути підтверджені реальними фактами ефективності складових логістичної системи країни.

Важливу роль в логістичній інфраструктурі Німеччини відіграє порт Гамбург, що є другим за обсягом перевезених вантажів в Європі, а порт Бремерхафен має найбільший в Європі контейнерний термінал. Також на території країни діє близько 250 портів. Розвинені повітряні перевезення: в Німеччині 38 аеропортів, 22 з яких є міжнародними, а аеропорт у Франкфурті посідає перше місце в Європі з вантажних перевезень. Мережа автомобільних та залізничних шляхів характеризується однією з найвищих щільностей серед європейських держав.

В Німеччині діють великі логістичні гравці, такі як “Deutsche Post DHL” (провайдер логістичних послуг), “Deutsche Bahn” (оператор мережі залізниць), “Lufthansa Cargo” (вантажні авіап перевезення). З огляду на значимість та ефективність цих підприємств не тільки для країни, але й для Європи загалом компетентність місцевого персо-

Таблиця 1

Показники ефективності логістики та електронної комерції різних країн світу, 2015–2016 роки

Країна	LPI Rank/score (2016 рік)	Кількість інтернет-покупок, млн. ос. (2015 рік)	Відсоток інтернет-покупок від усього населення (2015 рік)	Обсяг ринку е-комерції, млрд. дол. (2016 рік)
Німеччина	1/4,23	41	50	100
США	10/3,99	166	52	306
Китай	27/3,66	413	30	80,5
Індія	35/3,42	22	2	38
Україна	80/2,74	3,7	8	1,5
Білорусь	120/2,40	1	10	0,36
Грузія	130/2,35	0,074	2	н/д

налу, який обслуговує логістичні системи, складно переоцінити [9].

У сукупності ці фактори заслужено зараховують Німеччину до однієї з найбільш розвинених країн світу з точки зору прогресивності та ефективності логістичної системи.

Безумовно, передові позиції логістичних складових інфраструктури Німеччини мали істотний та позитивний вплив на формування ринку підприємств електронної комерції, який завжди тісно взаємодіє з логістичними мережами. Однак варто врахувати ще кілька важливих факторів, які зумовили значне зростання електронної комерції регіону: 86% населення мають доступ до Інтернету; використовують смартфони 64% населення; у 46% жителів є принаймні 1 кредитна карта [8].

Таким чином, маючи необхідні ресурси для здійснення онлайн-покупок, понад 49 млн. німців (близько 60% населення) користується послугами підприємств електронної торгівлі.

За обсягом онлайн-продажів, який склав майже 80 млрд. доларів у 2014 році (майже 17% від загального обігу Західної Європи), країна є п'ятим за величиною ринком електронної комерції у світі. Очікується, що до 2019 року на частку мобільної комерції припадатиме майже чверть усіх онлайн-продажів. Щорічні темпи зростання інтернет-покупок з мобільних пристроїв досягають 112%, а це свідчить про те, що ринок мобільної комерції в Німеччині ще не сформувався [8].

Досвід Китаю.

Відповідно до досліджень компанії “Remarkety”, яка спеціалізується на наданні рекламних послуг у сфері електронної комерції, Китай посідає перше місце у світі за кількістю активних інтернет-користувачів, які роблять покупки онлайн, що перевищує 600 млн. осіб [3]. Безумовно, не останню роль у цій статистиці відіграла кількість населення Китаю, проте це не єдиний фактор, який вивів Китай у світові лідери інтернет-продажів. Позитивні зміни останніх років, які торкнулися розвитку логістики, також вплинули на зростання сегменту електронної комерції. Якщо звернутися до даних міжнародного рейтингу LPI, можна зробити висновок, що логістична система Китаю досить розвинена, про що свідчить 27 місце серед інших 160 країн [1].

Однак сучасна логістика Китаю має низку істотних недоліків, що перешкоджають зайняттю більш високої позиції в LPI. Однією з таких проблем є значний недолік логістичних кадрів, що нараховує дефіцит близько 600 тис. кваліфікованих фахівців. Державна політика, що проводилась раніше, не сприяла розвитку логістики як цілісної системи, що призвело до самоконтролю суб'єктів логістичної діяльності, роздробленості ринку, відсутності 3LP-операторів.

Нині китайський уряд активно залучає іноземні інвестиції в логістичний сектор економіки, що змушує місцевих гравців ринку рівнятися на зарубіжні стандарти з метою збереження конкурентних позицій. Таким чином, китайські логістичні компанії активніше починають використовувати інформаційні технології, автоматизацію та сучасні технічні рішення під час побудови процесів обслуговування.

Однією з негативних рис логістичної системи Китаю є слабо розвинена інфраструктура на сході країни і в центральній її частині, що приводить до підвищення вартості доставки всередині країни. Неоптимізовані логістичні маршрути, відсутність вантажних хабів для зручного стикування різних видів транспорту, зношеність транспортних засобів – все це сучасні проблеми логістичної галузі Китаю.

Проте сьогодні в Китаї вже сформовані 4 великі логістичні райони [13, с. 8]:

- 1) логістичне кільце навколо Бохайської затоки, в центрі якого знаходиться Пекін;
- 2) логістичне кільце в зоні дельти річки Янцзи, в центрі якого знаходиться Шанхай;
- 3) логістичне кільце в зоні Тайванської протоки;
- 4) логістичне кільце в дельті річки Чжуцзян, в центрі якого знаходяться Гуанчжоу і Шеньчжень.

Ці великі логістичні кільця стимулюють розвиток центральних і західних районів країни, що визначає перспективний розвиток логістики регіону загалом. Не останню роль у розвитку логістичної системи Китаю відіграють також компанії, що займаються електронною торгівлею. Власні рішення просувають такі великі підприємства, як “JD.com” (розвиток власної системи складування й доставки товарів), “Alibaba” (використання Big Data, «розумної логістики», укладання угод з безліччю невеликих кур'єрських агентств) [2]. Швидко зростання онлайн-шопінгу в країні також стане стимулом для подальшого розвитку та поліпшення логістичної галузі Китаю.

Досвід США.

Логістичний потенціал США посідає 10 місце в рейтингу LPI, що свідчить про його високу розвиненість поряд з іншими передовими країнами.

Згідно з даними “Internet Retailer” сумарні продажі на ринку електронної комерції США склали 453,46 млрд. доларів за 2017 рік. Це на 16% більше, ніж в попередньому 2016 році, і склало 13% від обсягу загальних продажів в сегменті рітейлу. Це найвищий показник зростання в процентному співвідношенні за останні шість років: у 2011 році грошовий обсяг сегменту електронної комерції перевищив показники 2010 року на 17,5% [5].

Для глибокого розуміння причин прогресивного зростання американської електронної комерції слід взяти до уваги фактор високого поширення Інтернету серед населення із середини 90-х років. Наприклад, у 1995 році, коли був запущений один з найбільших онлайн-рітейлерів “Amazon”, частка онлайн-користувачів становила понад 9% населення США, а в наступні роки цей показник стрімко зростав (рис. 1) [4].

Варто врахувати ще один фундаментальний фактор: сфера онлайн-комерції вимагає розвиненої логістичної інфраструктури та функціонування на ринку повноцінних служб доставки. Саме завдяки поштової службі США, а також співпраці з комерційними службами доставки “FedEx” і “UPS”, які здійснюють прискорену доставку замовлень, “Amazon” вдалося закріпити свої позиції в е-комерції та домогтися довіри користувачів. Тобто високі показники електронної торгівлі стали закономірним наслідком цих позитивних впливів з боку розвинених логістичних систем.

Іншим успішним прикладом онлайн-рітейлерів США є “Zappos”, що є інтернет-компанією з продажу взуття та аксесуарів. “Zappos” використовувала систему дропшипінгу як основну, тобто реалізувала продукцію виробників без закупівлі товару на власні склади. Використовуючи цю бізнес-модель, компанія зіткнулася з певними логістичними проблемами, такими як неактуальна інформація про залишки на складах постачальників, довга й дорога доставка кінцевому покупцю, низький рівень сервісу за прямих відправлень постачальником. Однак після створення власних логістичних потужностей та переходу на них компанії вдалося подолати кризу, скоротити час доставки, завжди мати достовірну інформацію про наявність товару на складі, а також пропонувати кращий консультативний сервіс своїм клієнтам. Цей підхід передба-

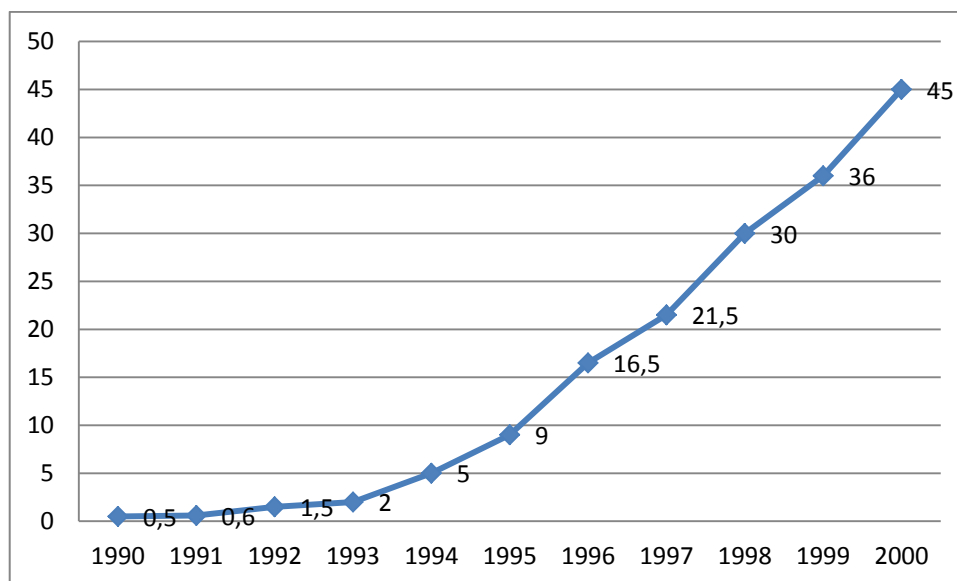


Рис. 1. Використання Інтернету населенням США (% від загальної кількості населення)

чав переосмислення бізнес-моделі компанії та створення логістичного центру в центрі США, що дало змогу максимально зменшити терміни доставки, підвищивши лояльність покупців [6].

Україна на картині загальносвітових логістичних тенденцій.

Сучасний український ринок логістичних послуг переживає період активного розвитку, однак ще помітно відстає від загальносвітових стандартів. З позитивних змін на українському ринку внутрішніх перевезень можна відзначити появу великих провайдерів, таких як «Нова Пошта», «Делівері», «Інтайм», а також позитивні зміни, які торкнулись якості сервісу, обслуговування та асортименту логістичних послуг державного підприємства логістики «Укрпошта». Однією з позитивних трансформацій ринку послуг логістичного забезпечення України є поява зарубіжних логістичних операторів, зокрема «Kuehne & Nagel», «FM Logistic», «DHL Danzas».

Вітчизняні підприємства, розвиваючи електронну комерцію, все частіше використовують:

- електронні системи обліку та переміщення залишків продукції на складах («1С: Бухгалтерія», «ТоргСофт» тощо);
- онлайн-системи розрахунку оптимальних маршрутів під час перевезень (наприклад, «AntLogistics»);
- фулфілмент-центри, які ще слаборозвинені на українському ринку порівняно із зарубіжними аналогами, проте вже пропонують розширений спектр логістичних послуг для електронної торгівлі (зокрема, «UVK»).

Безумовно, поява нових гравців в логістичному сегменті економіки та створення здорової конкуренції

між ними не могли не вплинути на зростання обсягів електронної комерції. Нині щорічний грошовий приріст обігу від сегменту електронної комерції в Україні становить близько 30–40%, що, з одного боку, є найвищим значенням серед інших країн, а з іншого боку, є показником слабо сформованого ринку й великих перспектив цього напрямку.

Висновки. Розглянувши досвід різних країн у сегменті логістики та її взаємодії зі сферою електронної комерції, відзначимо деякі загальносвітові тенденції, які активно впроваджуються розвиненими країнами під час управління логістичними системами, до яких прагнуть країни, що розвиваються. Як демонструє дослідження, американські, європейські та азіатські лідери логістичної галузі прагнуть до автоматизації та модернізації логістичних процесів шляхом впровадження інформаційних технологій на всіх етапах обслуговування логістичного ланцюга.

Наступною вагомою перевагою ринку логістики стає поява фулфілмент-операторів для обслуговування діяльності суб'єктів електронної комерції. Фулфілмент-центри надають повний спектр послуг (від опрацювання надходження замовлення до доставки кінцевому споживачу, а також обслуговування повернень у подальшому).

Щодо обслуговування інших споживачів логістичних послуг за кордоном, то популярності набуває передача управління логістичних процесів на аутсорсинговій основі 3LP-операторам. 3LP-оператори (Third Party Logistics) є спеціалізованими підприємствами з управління всім ланцюгом логістичних процесів (транспортування, управління складом тощо).

Список використаних джерел:

1. Country Score Card: China 2016. URL: <https://ipi.worldbank.org/international/scorecard/radar/254/C/CHN/2016#chartarea>.
2. Подводные камни внутренней логистики в Китае. URL: <https://migoff.net/podvodnye-kamni-vnutrennej-logistiki-v-kitae>.
3. Global eCommerce Sales, Trends and Statistics 2015. URL: <https://www.remarkety.com/global-ecommerce-sales-trends-and-statistics-2015>.
4. Individuals using the Internet (% of population). URL: <https://data.worldbank.org/indicator/IT.NET.USER.ZS?end=2000&locations=US&start=1990&view=chart>.
5. U.S. e-commerce sales grow 16.0% in 2017. URL: <https://www.digitalcommerce360.com/article/us-ecommerce-sales>.
6. Шей Т. Доставляя счастье. Zappos / пер. с англ. С.В. Филина. 7-е изд. Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2015. 304 с.
7. Веб-сайт Всесвітнього банку. URL: <https://ipi.worldbank.org>.

8. E-commerce в деталях: Германия. Электронные кошельки в приоритете. URL: <https://psm7.com/review/e-commerce-v-detalyah-germaniya-elektronnye-koshelki-v-prioritete.html>.
9. Германия как европейский центр логистики. URL: https://export.by/europe_logistics_center.
10. Германия возглавила Индекс эффективности логистики за 2016 год. URL: <http://www.vsemirnyjbank.org/ru/news/press-release/2016/06/28/germany-tops-2016-logistics-performance-index>.
11. Крылова М.Д. Логистика в книжном деле: учебное пособие. Москва: МГУП, 2010. 319 с.
12. Гринів Н.Т., Кіндій М.В. Логістика електронної торгівлі в Україні. Вісн. Нац. ун-ту «Львів. політехніка». 2010. № 690. С. 576–579.
13. Старкова Н.Г., Рзун И.Г. Исследование зарубежного опыта формирования логистических систем. Научный журнал КубГАУ. 2014. № 99 (5). С. 1–13.
14. Kawa A. Fulfillment service in e-commerce logistics. Logforum. 2017. № 13 (4). С. 429–438.
15. Шумаев В.А., Миронов В.Н. Зарубежный опыт управления: создание логистической инфраструктуры на основе организации свободных экономических зон. Инноватика и экспертиза. 2012. № 1 (8). С. 49–57.
16. Шкода М.С. Мировой опыт использования логистических подходов для эффективного управления развитием предприятия и адаптация их к отечественным реалиям. Актуальные проблемы экономики. 2012. № 10 (136). С. 31–36.
17. Peter D. Can the E-business execute deliveries? The Economist. 1999. № 9.
18. Чернописька Н.В., Солодка О.В. Логістика електронної комерції: стан та перспективи розвитку в Україні. Логістика. 2007. С. 490–495.
19. Антоненко О.М., Мішук І.П., Хамула О.О. Формування систем електронної торгівлі і логістика: теорія та практика організації. Вісн. Нац. ун-ту «Львів. політехніка». 2012. № 749. С. 349–356.

АНАЛИЗ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА УПРАВЛЕНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИМ ОБЕСПЕЧЕНИЕМ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация. Перспективы развития электронной коммерции предприятий Украины должны основываться на внедрении лучших практик зарубежного опыта управления логистическим обеспечением. Полученные в ходе аналитики практические элементы управления логистическим обеспечением целесообразно внедрить в электронной коммерции предприятий Украины, повысив их экономическую эффективность. В статье проанализирована логистика сферы электронной коммерции предприятий Китая, США и Германии. Анализ показателей проводился на основе статистических данных онлайн-ресурса Statista и электронных ресурсов Всемирного банка. Основным критерием оценивания эффективности логистики стран был LPI, то есть индекс логистической мощности. Методика данного индекса позволяет наиболее полноценно оценить логистическую систему той или иной страны. Аналитика затрагивает именно те аспекты логистической системы, которые напрямую или косвенно могут затронуть систему электронной коммерции предприятий.

Ключевые слова: логистика электронной коммерции, зарубежный опыт, управление логистическим обеспечением, логистическое обеспечение за рубежом, электронная коммерция за рубежом.

ANALYSIS OF FOREIGN EXPERIENCE OF LOGISTIC MANAGEMENT FOR E-COMMERCE ENTERPRISES

Summary. Prospects for the development of e-commerce enterprises in Ukraine should be based on the introduction of the best practices of foreign experience in logistics management. The practical elements of logistics management obtained during analytics should be implemented in the e-commerce of Ukrainian enterprises, increasing their economic efficiency. The article analyzes the logistics of e-commerce enterprises in China, the USA and Germany. The indicators were analyzed on the basis of statistical data from the Statista online resource and electronic resources of the World Bank. The main criterion for evaluating the efficiency of logistics in countries was LPI, that is, the index of logistic capacity. The method of this index allows you to most fully assess the logistics system of a country. Analytics affects precisely those aspects of the logistics system that directly or indirectly may affect the e-commerce system of enterprises.

Key words: logistics of electronic commerce, foreign experience, logistic management, foreign logistics, foreign electronic commerce.