

СУЧАСНІ РЕАЛІЇ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИКИ ТА ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Процеси, пов'язані з поширенням коронавірусної інфекції в Україні продовжуються. З минулого року більшість підприємств вже змогли певним чином перелаштувати свою роботу та адаптувати свою діяльність до непередбачених змін. Зрозуміло, що більшість підприємств понесли збитки, але існують сфери, які виявились найбільш затребуваними та отримали значне зростання показників прибутковості. Так, наприклад, за даними Global-e, за перше півріччя 2020 року електронні продажі по всьому світі збільшились на понад 20 %. У США кожен п'ятий долар припав на онлайн, а загальне зростання в порівнянні з попереднім роком склало близько 45%. Україна зайняла перше місце у Східній Європі за рівнем зростання електронної комерції, зі зростанням онлайн продажів на 50% [1].

З розвитком технологій та електронної комерції і зростаючому рівні цифрової грамотності серед споживачів, світова індустрія значно змінилася за останні роки. У деяких галузях промисловості падіння попиту на міжнародні логістичні послуги у пікові періоди досягло 40-50% (будівельні матеріали, металургія), але існують також галузі, де відбулося зростання на 20-30% (вода, напої; FMCG). Однак ситуативне скорочення в галузі не означає, що ця галузь стає неперспективною для постачальника логістичних послуг. Наприклад, галузі машинобудування, хімічної промисловості, будівельних матеріалів продемонстрували сильну динаміку скорочення під час пандемії, але їх потужність дозволяє їм залишатися в списку галузей з високим попитом на логістичні послуги. На відміну від фармацевтики та деревообробки, де попит на доставку зростав під час пандемії, але місткість ринку все ще залишається низькою. Відновлення після кризи розпочалось у третьому кварталі [2].

Такі фактори зумовлюють слідувати певним тенденціям логістики. Очікується, що поширення 3PL та 5PL прискорить глобальний логістичний ринок найближчим часом. За останні роки 3PL вніс найбільший внесок в глобальну частку ринку логістики. Інтеграція дронів та розумних окулярів у логістику підвищила рівень гнучкості та швидкості доставки та зростання логістики «останньої милі». Попит на ринку електронної торгівлі зростає через залучення на інтернет-майданчики нових клієнтів та пошук нових форм просування товару на ринок. Так, за прогнозами експертів, до 2022 року 67% світових онлайн продажів буде здійснюватися через маркетплейси [3].

У той час як пандемія істотно підвищила попит на інтернет-торгівлю, наявність надійної транспортної компанії стало життєво важливим для представників бізнесу, так як це дозволяє підтримувати ефективність бізнесу і здійснювати доставку якісно і своєчасно. Для цього, звичайно, потрібно використовувати більше логістичних послуг, зокрема розвиток доставки «останньої милі», створення інноваційних логістичних сервісів тощо.

Варто також 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. Прикладом вирішення цієї проблеми став сервіс для керування складськими операціями онлайн on-Demand. Використання цього сервісу надає такі можливості:

- управляти відвантаженням на складі в режимі реального часу;
- розраховувати вартість послуг у різних провайдерів;
- моніторити дані про стан замовлень;
- відстежувати стан запасів на складі;
- контролювати переміщення вантажів.

Важливим також є підбір оптимального буферного складу для тимчасового зберігання товарів. Останнім часом, виникла потреба оренди складу на незначний термін (1-2 тижні) переважно це відбувається напередодні свят, коли існують значні пікові навантаження на служби доставки, а також перенавантаження складських приміщень. Для того, щоб не втрачати прибутки, що пов'язані із відсутністю товару на складі, перебою в постачанні товару, досвідчені управлінці створюють резерви товарів та шукають додаткове місце для їх тимчасового зберігання. Зараз існують спеціальні сервіси де можна залишити заявку на підбір складу, з зазначенням кількості палетомісць, локації тощо.

Особливої популярності за сучасних реалій набула також і логістика «останньої милі». Цей термін використовують під час вивчення логістичних операцій, управління ланцюгами постачання, для опису руху товару з початкового вузла до кінцевого пункту призначення. Тобто рух від нульового транспортного вузла до отримання. Важливим питанням є мінімізація витрат, підвищення

ефективності роботи. Якщо взяти до уваги міжнародний досвід, то зменшення часу на доставку від міського складу до першого пункту споживання на 10 хвилин економить 1 млн. євро на рік [4].

Вперше цей термін почали використовувати в США, в галузі телекомунікацій, коли компанії зіткнулися з проблемою підключення будинків до основної мережі телебачення, Інтернету тощо. Зараз доставка останньої милі стає все більш затребуваною, що пов'язано із підвищенням попиту на онлайн-замовлення. За рівнем розвитку логістики у сфері електронної комерції українські компанії є лідерами. Надалі рівень сервісу в Україні залишиться високим, зосередитися перш за все потрібно на логістичних операторів, які доставляють інтернет – замовлення (близько 60-70% ринку). а українською логістичному ринку основними операторами, які співпрацюють з Інтернет-магазинами є:

- «Укrapoшта»,
- «Нова Пошта»,
- «МістЕкспрес»,
- «Justin»,
- «Zalmer»,
- «Raben»,
- «Kuehne+Nagel»,
- «НП Логістик»,
- «LogisticPlus» тощо.

Лідером у цій галузі є «Нова Пошта», яка займає більшу половину усього ринку поштових послуг. На даний момент компанії зосереджені на масштабуванні кількості відділень. Варто також звернути увагу на такий важливий показник як швидкість доставки замовлень. У цьому контексті варто звернути увагу на поштомати. Зауважимо, що попит на поштомати також буде збільшуватися, оскільки зріс попит на послуги сфери логістики: безкоштовна доставка, відстеження посилок та їх повернення. Формат поштоматів в найближчому майбутньому може стати серйозним конкурентом традиційним відділенням. Однією із конкурентних переваг поштоматів: безпека обміну речами, швидкість та зручність.

Світові онлайн-компанії давно зробили фокус на розвиток логістики та створення нової послуги – фулфілменту. Свою популярність фулфілмент отримав завдяки інноваційним рішенням лідера інтернет-торгівлі на Заході – компанії Амазон, яка у 1997 році відкрила фулфілмент склад [4-6].

Поряд із цим також зазначимо, що є підприємства, які отримали значні вигоди від запровадження локдауну. До них варто віднести служби доставки, онлайн-магазини, поштові сервіси тощо. Це також значною мірою вплинуло і на нарощення соціального капіталу таких компаній. Як приклад можна привести кооператив «Нової пошти» онлайн-магазину «Розетки» та мережею супермаркетів «АТБ», які разом запустили доставку продуктів харчування додому і зуміли отримати певні вигоди від такої співпраці (проект є пілотним у Дніпропетровській області).

Таким чином, можна констатувати, що в транспортні та логістичні компанії будуть еволюціонувати, шукати нові формати співпраці з клієнтами та ринки, оптимізувати портфелі послуг. Сучасні реалії свідчать про те, що електронна комерція, цифрові технології у сфері логістики є потужним рушієм економічного зростання і підвищення якості життя. Зрозуміло, що після пандемії логістичний світ вже не буде таким, як раніше. Але компанії, які стежать за трендами і швидко адаптуються до мінливих обставин, зможуть управляти ситуацією, створювати затребувані послуги та посилювати свої позиції в бізнесі. Особливо важливо, що галузь логістики згуртувалась та об'єдналась для вирішення спільних проблем. В умовах виходу світової економіки з «пандемічного піку» саме колаборація логістичних компаній може стати одним з найбільш важливих і дієвих драйверів подальшого розвитку і зростання.

Література:

1. Мироненко Н. Фулфілмент по-українски: драйвер или тормоз развития рынка. *Meta.. Украина*. веб-сайт. URL: <http://pr.meta.ua/read/44392> (дата звернення 30.03.2021).
2. Логистика периода пандемии: обзор 2020 года, прогнозы на 2021 год. *Rzd-partner*. веб-сайт. URL: <https://www.rzd-partner.ru/logistics/news/logistika-perioda-pandemii-obzor-2020-goda-prognozy-na-2021-god/> (дата звернення 30.03.2021).
3. Last mile (transportation). *Wikipedia*. веб-сайт. URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Last_mile_\(transportation\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Last_mile_(transportation)) (the date of application: 30.03.2021).
4. Логістика в Інтернет-магазинах, або можливість залучити клієнтів з допомогою постачальників. *Retailers.ua*. веб-сайт. URL: <https://retailers.ua/news/partneryi/6556-logistikav-internet-magazinah-ili-sposobyi-privlech-klienta-s-pomoschyu-dostavki> (дата звернення 30.03.2021).
5. Логістика та e-commerce: перспективи співпраці. *Logist.fm*. веб-сайт. URL: <https://logist.fm/publications/logistika-ta-e-commerce-perspektivi-spivpracj> (дата звернення 30.03.2021).
6. Остання миля нечувано виросла [*Logist.fm*. веб-сайт. URL: <https://logist.fm/news/ostannya-milyanечувано-virosla> (дата звернення 30.03.2021).