

ЕКОНОМІКА І УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 658.7:061.5

JEL Classification: M2; M3

DOI: <https://doi.org/10/35774/visnyk2020.03.156>

Ірина БОЙЧИК,

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри підприємництва і торгівлі,
Тернопільський національний економічний університет,
вул. Львівська, 11, м. Тернопіль, 46009, Україна,
e-mail: iryna.boychyk@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6212-8072>

Галина СПЯК,

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри підприємництва і торгівлі,
Тернопільський національний економічний університет,
вул. Львівська, 11, м. Тернопіль, 46009, Україна,
e-mail: halynaspyak@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0758-0821>

Орися ВОЛОШИН,

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів, обліку та аналізу,
Національний університет «Львівська політехніка»,
вул. Горбачевського, 18, м. Львів, 79044, Україна,
orysya.p.voloshyn@lpnu.ua
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6268-1708>

ТЕОРЕТИКО-ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ОПТИМІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗАСАДАХ ЛОГІСТИКИ

Бойчик І., Спяк Г., Волошин О. Теоретико-організаційні аспекти оптимізації діяльності торговельних підприємств на засадах логістики. *Вісник Тернопільського*

© Ірина Бойчик, Галина Спяк, Орися Волошин, 2020.

національного економічного університету. 2020. Вип. 3. С. 156–170. DOI: <https://doi.org/10/35774/visnyk2020.03.156>

Boichyk, I., Spyk, H., Voloshyn, O. (2020). Teoretyko-orhanizatsiini aspekty optymizatsiini diialnosti torhovelnykh pidpriemstv na zasadakh lohistyky [Theoretical and organizational aspects of optimization of activities of trade enterprises based on the logistic approach]. *The Herald of Ternopil National Economic University*, Vol. 3. P. 156–170. DOI: <https://doi.org/10/35774/visnyk2020.03.156>

Анотація

Вступ. Підприємства торгівлі мають за мету задоволення попиту споживачів, а в результаті цього – отримання прибутку. Невизначеність зовнішнього середовища та різноманітні проблеми у процесі господарської діяльності торговельних підприємств зумовлюють необхідність перегляду підходів до формування торговельно-технологічних процесів та їхньої оптимізації на засадах використання сучасного логістичного інструментарію.

Мета статті полягає в обґрунтуванні необхідності застосування логістичного інструментарію в процесі організації торговельно-технологічних процесів у торговельних підприємствах, ідентифікації доцільних етапів впровадження логістики в діяльність торговельного підприємства, специфіки основних елементів процесу руху товарів, оптимізація яких дасть змогу ефективно управляти товаропотоками.

Методи дослідження. Для встановлення та ідентифікації складових елементів торговельно-технологічних процесів під час проведення дослідження використано аналітичну емпірику з орієнтацією на логістичний підхід, який уможливорює формування ефективної торговельної діяльності на засадах оптимізації роботи торговельного підприємства. В дослідженні використано метод оцінювання та узагальнення для розробки й обґрунтування пропозицій, спрямованих на розвиток торговельної діяльності на логістичних засадах.

Результати. Сформовано концептуальний підхід впровадження логістики в підприємствах торгівлі з урахуванням можливостей оптимізації руху товарів у суб'єкта господарювання на засадах якісного інформаційного забезпечення товарних потоків та їхнього матеріального й фінансового забезпечення. В дослідженні обґрунтовано, що ефективний розвиток торговельного підприємства можливий, якщо поєднані два важливі компоненти процесу: сукупність торговельно-технологічних процесів, які становлять комплекс логістичних операцій щодо продажу товарів і їх відпуску покупцям, та управління торговельно-технологічними процесами в розрізі структурних підрозділів торговельного підприємства. Результатом дослідження є також автентифікація етапів формування логістичної системи та розвитку торговельного підприємства, встановлення можливостей розвитку підсистем управління його результативністю, в тому числі на засадах використання сучасних інформаційних систем і платформ.

Перспективи. В цьому контексті перспективним напрямом подальших досліджень є розвиток методики аналізу за фактичними показниками, дослідження складових формування інформаційної підтримки реінжинірингу торгово-

технологічних процесів торговельних підприємств з використанням сучасних програмних продуктів і їх ресурсного потенціалу.

Ключові слова: управління товарними запасами; логістика; товарні потоки; торгово-технологічний процес; логістична система; торговельне підприємство; ефективність.

Формули: 0, рис.: 4, табл.: 0, бібл.: 10.

Abstract

Iryna BOICHYK, Halyna SPYK, Orysy VOLOSHYN

THEORETICAL AND ORGANIZATIONAL ASPECTS OF OPTIMIZATION OF ACTIVITIES OF TRADE ENTERPRISES BASED ON THE LOGISTIC APPROACH

Introduction. Trade enterprises aim to meet consumer demand and, as a result, make a profit. Uncertainty of the external environment and the presence of a number of different problems in the economic activity of trade enterprises necessitates a revision of approaches to the formation of trade and technological processes and their optimization based on the use of modern logistics tools.

Purpose. The purpose of the article is to justify the need for the use of logistic tools in organizing trade and technological processes at trade enterprises, to identify the relevant stages of the implementation of logistics, the specificity of the main elements of the trading process.

Methods. To establish and identify the constituent elements of trade and technological processes, the study used analytical empiricism with an emphasis on the logistic approach, which allows the formation of effective trading activities based on the optimization of logistic processes. The study used the method of assessment and generalization to develop and substantiate proposals aimed at the development of trading activities on a logistical basis.

Results. A conceptual approach to the introduction of logistics at trade enterprises has been formed taking into account the possibilities of optimizing the movement of goods based on high-quality information support for goods flows and their material and financial support. The study substantiates that the effective development of a trading company is possible by combining two important components of the process: a set of trading and technological processes, which are a totality of logistic operations for selling goods to customers and management of trade and technological processes. The result of the study is also the authentication of the stages of the formation of the logistics system and the development of the trading company, creating opportunities for the development of subsystems for managing its productivity, including through the use of modern information systems and platforms.

Discussion. In this context, perspective direction of further research is the development of methods of analysis of actual indicators, research of components of formation of information support of reengineering of trade and technological processes of trade enterprises with use of modern software products and their resource potential.

Keywords. Inventory management; logistics; commodity flows; trade and technological process; logistics system; trading company; efficiency.

Formulas: 0, fig.: 4, tabl.: 0, bibl.: 10.

Постановка проблеми. Підприємства торгівлі, що мають за мету задоволення попиту споживачів, розглядаються як система господарювання, результатом діяльності якої виступає прибуток. Об'єктом їхньої діяльності є торговельні послуги, а конкурентоспроможність цієї системи матиме позитивні тенденції за умов наявності якісно сформованого торговельно-технологічного процесу з дотриманням правил логістики. Невизначеність зовнішнього середовища та наявність різноманітних проблем у процесі господарської діяльності торговельних підприємств викликає необхідність перегляду підходів до формування торговельно-технологічних процесів і їхньої оптимізації на засадах використання сучасного логістичного інструментарію, що й обґрунтовує актуальність цього дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика здійснення торговельної діяльності на засадах концепції логістики широко представлена в наукових дослідженнях таких українських і закордонних науковців, як В. Апопій [1], Н. Струк, Г. Черевко [2], К. Ковалев, С. Уварова, П. Щеглов [3], В. Блонська, К. Феофанова [4], Н. Міценко, Н. Миколів [5], О. Побережець [6] тощо. Віддаючи належне розвинутим науковцями питанням удосконалення процесу торговельної діяльності та засадам підвищення її ефективності, слід зазначити, що питання трансформації підходів до організації торговельно-технологічних процесів потребує подальшого вивчення та формування рекомендацій з їхньої оптимізації.

Постановка завдання. Метою дослідження є обґрунтування необхідності застосування логістичного інструментарію і при організації торговельно-технологічних процесів у торговельних підприємствах, ідентифікація доцільних етапів впровадження логістики в діяльність торговельного підприємства, специфіки основних елементів процесу руху товарів, оптимізація яких дасть змогу ефективно управляти товаропотоками.

Виклад основного матеріалу. Проводячи дослідження діяльності торговельного бізнесу, зарубіжні та українські науковці зазначають, що основна частина змін в організації торговельних процесів відбувається за рахунок управлінських рішень щодо товаропостачання й руху товарних запасів (формування, розподілу, використання, поповнення). Ефективне управління товарними запасами залежить від якості оптимізації витрат обігу підприємств торгівлі. Цієї думки дотримується Н. Міценко та Н. Миколів, які зазначають, що нерівномірні товарні потоки, які проходять через підприємства торговельного бізнесу, обумовлюють процес створення та змін товарних запасів, на зменшення яких (тобто повинні бути досягнуті баланси, коли вхідні і вихідні потоки будуть однаковими в часі) повинні бути орієнтовані управлінські рішення цього сегмента економіки [5].

З огляду на це, здійснення ефективного управління товарними запасами залежить від оптимізації витрат обігу на торговельному підприємстві. Вищезазначені науковці вважають, що «...нерівномірність, стохастичність товарних потоків, які проходять через торговельні підприємства, обумовлює процес утворення та зміни обсягів товарних запасів, на скорочення яких (в прагненні до того ідеального варіанту, коли вхідний і вихідний потоки були б рівномірними, синхронізованими в часі), повинно бути орієнтоване управління в будь-якій товаропровідній системі» [5, с. 314].

У підтримку цього О. Рижкова та І. Міщук зазначають, що «...існування товарних запасів веде до виникнення значних витрат, пов'язаних із існуванням запасів як таких (на це потрібен певний капітал, що вкладається у закупівлі, обслуговування та амортизацію обладнання, будівель, споруд і т. п.), фізичним зберіганням і обслуговуванням запасів, страховими та адміністративними витратами, а також витратами з організації закупівель (подання замовлень, товаропостачання, приймання)» [7, с. 298]. Таким чином, необхідною умовою ефективної організації торговельно-технічного процесу є реінжиніринг з орієнтацією на логістичний підхід.

Для раціональної організації торговельної діяльності підприємства повинні мати функціонуючі відділи логістики, що дають змогу організувати усі необхідні операції і процеси з метою доведення товарних потоків до кінцевого пункту призначення, тобто до споживачів товарів. Логістика торговельного підприємства полягає у забезпеченні процесів товаропросування товарної маси: проведення комплексу дій щодо внутрішньо-магазинних і складських торгово-технологічних операцій та їхній інформаційний супровід (документальне оформлення операцій надходження або відпуску товарів), розвиток інфраструктури оптової та роздрібної торгівлі, проведення підготовчих робіт до транспортування й зберігання товарів, здійснення транспортних перевезень залученим транспортом або розвиток власної транспортної інфраструктури тощо.

Торговельні підприємства зобов'язані формувати ефективну логістичну систему, яка дасть змогу оптимізувати їхню роботу для забезпечення власної ефективності та результативності. В умовах зростання конкуренції в сфері торгівлі це надзвичайно актуальне та вагоме завдання для системи управління суб'єктами господарювання. Основними проблемами є здійснення об'ґрунтованого вибору організаційної форми служби управління логістикою на підприємстві, правильна ідентифікація повноважень усіх учасників, планування й контроль закупівельних операцій і операцій з продажу, оптимізація логістичних витрат.

Дослідження науковців і чинна практика підтверджують, що ефективний розвиток торговельного підприємства можливий за умови поєднання двох важливих компонентів, а саме: сукупність торговельно-технологічних процесів, що є комплексом логістичних операцій з продажу товарів і їх відпуску покупцям, а також управління торговельно-технологічними процесами на рівні суб'єкта господарювання.

Торговельно-технологічні процеси як складові організації торговельної діяльності (рис. 1) повною мірою реалізують свою функцію щодо переміщення товарів до кінцевого споживача.

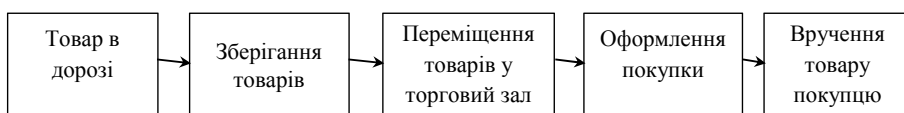


Рис. 1. Торговельно-технологічний процес магазину як рух потоків товару
Джерело: розроблено з урахуванням чинної практики.

Сукупність торговельно-технологічних процесів, що є комплексом логістичних операцій з продажу товарів і їх відпуску покупцям, тобто перша компонента,

в сфері торгівлі характеризується специфічними особливостями. По-перше, загальноприйнятого визначення поняття логістики до сьогодні не сформульовано, що може зумовлено широким спектром здійснюваних операцій і різноманітністю завдань під час їх виконання, а також невизначеністю обсягів логістичних видів діяльності (часто важко розмежувати логістичні операції, що здійснюються самим торговельним підприємством і логістичні операції, виконані постачальниками таких послуг). По-друге, зміст, структура та специфіка логістичних ланцюгів у торгівлі залежать не лише від того, чи є вона гуртовою, чи роздрібною, а й від способу її провадження. В останні роки особливо активно розвивається онлайн-торгівля і її компоненти цілком відмінні від традиційної, а логістичні процеси мають власні траєкторії, засади й учасників.

Управління торговельно-технологічними процесами на рівні суб'єктів традиційної та онлайн-торгівлі також суттєво відрізняється.

У першому випадку в процесі діяльності торговельного підприємства з позиції управління логістичними процесами воно повинно розглядатись як складна динамічна мікрологістична система, яка є ланкою складнішої макрологістичної системи – системи товаропросування, що об'єднує всіх учасників відповідного процесу руху товарної маси в багатоетапному ланцюгу постачань [8].

У господарсько-торговельній діяльності роздрібного підприємства (магазину) є товарні потоки, які виступають основними об'єктами управління, що формують матеріальну підсистему логістики такого підприємства.

Товарні потоки надходять у торговельне підприємство через такі основні вхідні потоки:

- 1) зі складів постачальників – оптових торгових баз, гуртівень, комерційно-посередницьких структур (дилерів, дистриб'юторів, консигнантів тощо);
- 2) транзитом від виробничих підприємств, підприємств АПК;
- 3) від дрібних виробників і посередників;
- 4) від підприємств – виробників товарів у порядку заміни неякісних товарів тощо.

Після надходження товарів на торговельне підприємство їх відправляють на склади зберігання і в міру потреби починають реалізовувати. Вихідними потоками товарів виступають товари, які продаються населенню, продані у порядку дрібного гурту, спрямовані виробникам товарів для заміни неякісних товарів, повернуті постачальникам як зайво завезені та незамовлені.

Варто зазначити, що рух товарів у торговельному підприємстві взаємопов'язаний з якістю інформаційного забезпечення товарних потоків та матеріальними і фінансовими ресурсами суб'єкта господарювання. Саме щодо останніх часто виникають ризикові ситуації, адже торгівля потребує значних витрат. Їх раціональна оптимізація – важливе управлінське завдання, виконання якого, з-поміж іншого, залежить від побудови й функціонування логістичної системи підприємства (мікрологістичної системи).

Ефективне управління цією системою досягається в процесі системного збирання інформації про досліджуваний об'єкт, проведення аналітичної роботи, прийняття управлінських рішень та здійснення контролю за їх виконанням. В такому аспекті результативним буде застосування економіко-математичного моделювання, що дасть змогу комплексно оцінити логістичну діяльність торговельного підприємства та вибрати напрями її розвитку у довгостроковій перспективі.

Для ефективного застосування економіко-математичного моделювання на торговельному підприємстві необхідно мати інформацію про рух потоків товару під час товаропросування, що вимагає здійснення операцій з організації безперервного її збирання й накопичення з метою створення єдиної інформаційної бази, яка надалі буде використовуватися для побудови альтернативних оптимізаційних моделей діяльності підприємства на логістичних засадах.

В умовах зростання конкуренції торговельні підприємства відчують гостру потребу в посиленні власної позиції на ринку товарів та послуг, тому виникає необхідність застосування інструментарію логістики для оптимізації руху матеріального потоку. В такому разі необхідне удосконалення каналів товаропросування і контролю за цим рухом.

Результатом застосування такого інструментарію є підвищення рівня сервісу на всіх етапах торговельно-технологічного процесу. Однак сам процес удосконалення руху товарного потоку, зокрема впровадження логістики, потребує дотримання певної послідовності.

Критичне оцінювання чинної практики та наукових рекомендацій, що обґрунтовуються в публікаціях українських і зарубіжних авторів, дає змогу виокремити актуальні етапи впровадження логістики в управлінській діяльності торговельних підприємств (рис. 2) і зробити висновок про їхню доцільність для трансформації традиційних підходів у торгівлі. Такі етапи максимально підходять до вимог і специфіки українського торговельного ринку.

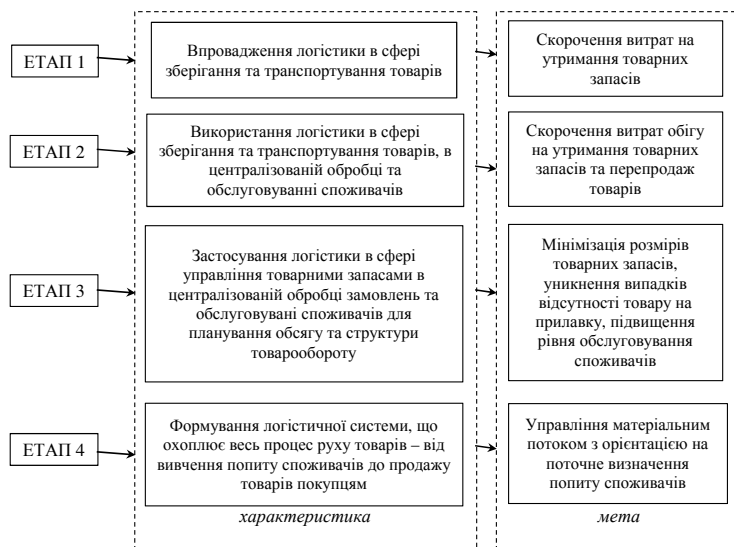


Рис. 2. Порядок впровадження логістики в діяльність торговельного підприємства
Джерело: узагальнено з урахуванням моніторингу наявного позитивного досвіду.

Однією з найбільш впливових особливостей цього ринку є його нестабільність, що спонукає до орієнтації на формування інтегральних логістичних систем на торговельних

підприємствах й урахування відповідних вимог до управління товаропостачанням і товарними запасами:

- застосування системи розподілу, що здатна оперативно (щоденно або за бажанням керівництва частіше чи рідше) реагувати на реальну реалізацію товарів у магазинах;

- формування асортименту товарів відповідно до встановленої на основі проведення відповідних досліджень асортиментної матриці;

- поповнення товарних запасів відповідно до інформації, одержаної згідно з оперативними даними про фактичний товарооборот;

- формування дієвої системи проведення моніторингу товарних запасів магазину та застосування як системи загальних індикаторів, так і власних критеріїв оцінювання з метою ефективної організації їх поповнення;

- врахування в процесі планування рівня товарних запасів результатів моніторингу та виявлених за його допомогою періодів збільшення обсягів реалізації, які пов'язані зі святковими подіями, сезонністю, форс-мажорними обставинами тощо;

- регулювання рівня й структури товарних запасів на торговельному підприємстві з урахуванням попиту покупців (в останні роки українські споживачі почали орієнтуватися на екологічні аспекти продукції та напівфабрикати).

Останнє твердження сформоване з урахуванням проведених власних спостережень і оцінок науковців щодо використання споживачами інформації про екологічне маркування [9, с. 42].

Це підтверджує думку про те, що застосування запропонованих вимог до практичної діяльності торговельних підприємств можливе за умови створення ефективної системи інформаційного забезпечення як процесу планування торговельної діяльності, яке дасть змогу визначити оптимальні параметри, як матеріального потоку, так і процесу господарювання суб'єкта торгівлі загалом.

Максимально ефективним у такому разі є використання відповідного програмного забезпечення, яке дає змогу оперативно відстежувати рух товарних потоків з метою моделювання логістичних процесів та прийняття оптимальних управлінських рішень щодо планування товарообороту на торговельному підприємстві, а також опрацьовувати дані щодо структури та якості товарів і запиту споживачів з даних питань. Позитивним аспектом в цьому контексті є широка репрезентація таких продуктів на українському ринку. Причому їхній спектр охоплює програмні продукти як іноземних, так і українських розробників, що уможлиблює вибір найкращого оптимального варіанту.

Для обґрунтування цього вибору необхідною умовою є врахування такого важливого аспекту, як результативність управління торговельним підприємством. Вона, на думку І. П. Міщук, та О. В. Рижкової, залежить від рівня побудови його структури, правильності розстановки акцентів на окремих етапах процесу управління й охоплює чотири підсистеми – планування, формування, розподіл та використання (рис. 3) [7, с. 73].



Рис. 3. Підсистеми управління результативністю торговельного підприємства
Джерело: розроблено на основі [7].

Оцінювання основних програмних продуктів, які доступні в Україні для торговельних підприємств, дає змогу стверджувати, що такі складові реалізує ERP-система. Наприклад, для малого бізнесу, вона призначена для планування ресурсів та передбачає опції для виконання основних бізнес-функцій, таких як опрацювання замовлень, контроль операційної діяльності та фінансування коштів, тобто управління результатами діяльності.

Комплексне використання технологічної платформи щодо діяльності підприємства загалом дає змогу інтегрувати операційну діяльність торговельного підприємства, узгодити функціонування його структурних підрозділів для досягнення високих результатів управління. Це дає змогу отримати економічні, операційні та інші конкурентні переваги.

Кожна зі складових управління результативністю торговельного підприємства має свої завдання та особливості, а тому важливо, щоб обраний програмний продукт мав доступні опції для їх виконання.

Зокрема, у процесі планування розробляються й визначаються основні напрями діяльності торговельного підприємства з метою досягнення запланованого рівня результативності. На даному етапі має проводитися визначення планових показників за результатами дослідження аналізу факторів впливу внутрішнього та зовнішнього середовища. Воно передбачає розроблення стратегії діяльності торговельного підприємства щодо операційної, фінансової та інвестиційної діяльності.

Оцінювання результативності діяльності торговельного підприємства передбачає визначення основних складових, що є основою розрахунку його фінансових результатів. Важливим аспектом цієї підсистеми виступає розрахунок результативних показників на основі оцінювання статей доходів і витрат підприємства. За результатами такого аналізу можна суттєво вплинути на оптимізацію діяльності торговельного підприємства в операційному, фінансовому та інвестиційному аспекті. Процес формування підсистеми управління результатами діяльності торговельного

підприємства залежить від поставлених стратегічних цілей керівництва щодо розвитку підприємства.

Розподіл у системі управління результативністю торговельного підприємства також має важливе значення й передбачає конкретні напрями використання прибутку суб'єкта господарювання з урахуванням цілей підприємства на довгострокову перспективу.

Формуючи систему розподілу результатів діяльності торговельного підприємства, необхідно враховувати такі її складові, як пріоритетність у використанні прибутку підприємства відповідно до потреб діяльності, формування резервного капіталу відповідно до оптимального його розміру, визначення загальних потреб грошових коштів відповідно до цільової структури розподілу отриманого результату діяльності. Важливим аспектом розподілу результатів діяльності є ефективна реалізація політики управління з метою підвищення рівня прибутковості й одержання відповідного соціального ефекту. Тому важливо відповідально підходити до вибору політики підприємства з цих питань.

Використання результатів діяльності торговельного підприємства виступає завершальним етапом управління, на основі якого формується потенціал для реалізації управлінських рішень відповідно до стратегії розвитку суб'єкта. Для формування оптимальної системи управління результативністю торговельного підприємства, як засвідчує практика, найбільш прогресивним є застосування логістичного підходу до організації торговельно-технологічних процесів.

Найявні засоби комунікації та відповідне технічне й програмне забезпечення повною мірою дають змогу використовувати такий інструментарій у діяльності торговельних підприємств. Інноваційні системи відстеження руху товарів, а також інші сучасні технічні опції суттєво полегшують усі процеси, що відбуваються в торгівлі, й розвивають її нові форми.

Тому в сучасних умовах більш популярними стають інтернет-магазини. В умовах карантину такий вид торгівлі ще більше актуалізував себе й засвідчив відповідні переваги. За результатами оцінювання обороту інтернет-торгівлі в Україні спостерігаємо значне перевищення темпів прибутковості цього сектору щодо традиційної торгівлі. У процесі інформаційного розвитку суспільства можемо очікувати стрімкого розвитку інтернет-торгівлі відносно традиційної роздрібною торгівлі. Ймовірно, вона може сягнути 85–95% торговельного обороту. Результатом розвитку інтернет-торгівлі стане зміна загальних уявлень про принципи логістичної діяльності та функціонування платіжних систем.

За результатами маркетингових досліджень через мережу Інтернет переважно здійснюють купівлю товарів, що відносяться до середньої цінової категорії. Варто зазначити, що купівлю дорогих товарів споживачі бояться здійснювати через Інтернет. Проте, на нашу думку, ситуація в найближчому майбутньому швидко зміниться, оскільки з кожним роком спостерігається тенденція до зростання вартості таких товарів. Значну частку покупок в інтернет-магазинах здійснюють великі міста, такі як Київ (40%), Одеса (7%), Харків і Дніпропетровськ по (6%), Львів (5%). Частка інших міст є незначною і в сукупності не перевищує 30% [10].

Такий розподіл пояснюється тим, що відділення онлайн-магазинів на сьогодні знаходяться поки що у великих містах, тому вартість доставки товарів по регіонах робить такий напрямок торгівлі менш привабливим.

Серед інших причин уповільнення торгівлі можна назвати:

– психологічні – це особливо стосується людей похилого віку, яким важко освоїти сучасні інформаційні технології, а також неможливість оглянути або приміряти товар тощо;

– об’єктивні – недостатньо розвинута інфраструктура з доставки товарів у регіони, незручність під час оплати товару, відсутність гарантій (є варіанти шахрайств), проблеми повернення товару у разі виявлення недоліків тощо.

На сьогодні цей сектор торгівлі на території України активно розвивається. Пріоритетною є якість надання послуг з доставки товарів до споживача, тобто розвиток ефективної логістики. Вона передбачає забезпечення лояльності щодо обслуговування клієнтів, оскільки коли покупець робить замовлення товару в Інтернет-магазині, то для нього важливим фактором є час його доставки. Для її оптимізації онлайн-магазини пропонують покупцям вибір способів доставки (пошта, транспортна служба, кур’єр до будинку, протягом 24 годин або на обрану дату). Це дає певні переваги покупцеві щодо вибору найбільш доступного й прийняттого для нього способу отримання товару і позитивно впливає на імідж онлайн-магазину.

У зарубіжних країнах популярними в сучасних умовах стали доставки товару до покупця в день замовлення, які здійснюються з допомогою безпілотників-квадрокоптерів. Зокрема, таку опцію виконують в інтернет-магазинах Amazon. Подібні перспективи доставки товару також реальні в найближчому майбутньому в Україні. Сьогодні такі логістичні завдання онлайн-магазини надають третім компаніям, зокрема таким логістичним підприємствам, як Нова пошта, Інтпайм та Укрпошта.

Іноземні провайдери надають послуги доставки товару споживачеві інтернет-магазину, застосовуючи комплексне логістичне обслуговування – “fulfillment services” (послуги з виконання) (рис. 4).



Рис. 4. Складові логістичного обслуговування в зарубіжній практиці торгівлі
Джерело: розроблено на основі [3].

У такому секторі торгівлі управління товарними потоками відбувається відповідно до принципів традиційного управління, проте значну частку займають послуги інформаційної логістики: збір замовлень, прийняття платежів про оплату товару, організація сервісної підтримки та послуги call-центрів.

Оцінюючи “Fulfillment” для українських споживачів товару, зазначимо, що вони охоплюють тільки складську обробку, комплектацію замовлень, прийом платежів та доставку товару до замовника, а інші елементи торговельно-технологічного процесу руху потоку товарів інтернет-магазин здійснює самостійно. На сьогодні наявні логістичні підприємства України в змозі надати комплекс послуг для потреб інтернет-бізнесу, який починає зростати. У США та країнах Європи “Fulfillment” – це механізм забезпечення усіх процесів онлайн-торгівлі. У західних підприємствах пропонують “тест-драйв” послуги, які передбачають повернення грошей, якщо клієнт не задоволений рівнем сервісу. З цією метою клієнту необхідно зареєструватись на сайті, щоб отримати доступ і протестувати послугу (наприклад, на сайті www.efulfillmentservice.com.) [8].

Проводячи паралель між традиційною та інтернет-торгівлею, спільними їхніми рисами можемо визнати логістику і просування товару. Вони, безумовно, різняться між собою за змістом, формою та складовими (хоч мають і подібності), але їх наявність пов’язана зі спільною метою – підвищення результативності торговельної діяльності. Також в обох випадках відбувається жорстка цінова боротьба, яка активізує конкуренцію між логістичними провайдерами з позиції прийняття рішень щодо співпраці, акцентуючи увагу на ціні послуги. В контекстному форматі в сучасних умовах саме це забезпечує кращі конкурентні переваги суб’єктів торгівлі один перед одним. Наприклад, серед зарубіжних інтернет-магазинів найпривабливіші ціни виставляє китайський гігант AliExpress. Саме там роблять велику частину зарубіжних онлайн-покупок українці. У Новій Пошті кількісно частка Ali в міжнародних вантажах становить щороку близько 80% [10].

Іншими причинами інтересу українських покупців до здійснення інтернет-замовлень на купівлю товарів у великих інтернет-магазинах за кордоном є, як уже було зазначено, якість, а також відсутність товару з заданими характеристиками на українському ринку. Останнє особливо стосується такої категорії товарів, як «Техніка та електроніка».

Вагома частка в доставці замовлень належить українському державному оператору зв’язку «Укрпошта». Він має власний підхід до формування логістичних засад своєї діяльності. Один раз на тиждень для встановлення параметрів доставки працівники Укрпошти здійснюють замовлення на AliExpress. При цьому вибираються товари не тільки для себе, а й для пересилки родичам у регіони України. І це все не заради економії, а для того, щоб виявити проблеми в доставці і спробувати прискорити її – адже в середньому замовлений з Китаю товар йде в Україну майже місяць. Держкомпанія перебудовує логістичний ланцюг таким чином, щоб контролювати швидкість доставки посилки не тільки на території України, а й за її межами. Є домовленості з авіакомпанією МАУ про доступні тарифи, щоб відправляти посилки напряму з Китаю в Україну. Для підвищення надійності міжнародних відправлень компанія уклала угоду з аеропортом «Бориспіль» про присутність працівників поштової служби на розвантаженні посилок.

Приватний поштовий оператор Нова Пошта для активізації міжнародних замовлень спрощує можливість здійснення покупок на американських і європейських онлайн-майданчиках. Раніше для того, щоб купити книжку або гаджет на більшості американських чи європейських сайтах, потрібно було мати знайомих у США або ЄС. На територію України прямої доставки не було або вона була дуже дорогою. Сьогодні це можна зробити через Нову Пошту.

Таким чином, логістика є невід'ємним елементом сучасної торгівлі, що дає змогу ефективно здійснювати доставку товарів, у тому числі з інших країн, у різні регіони України, що дає можливість удосконалювати торговельну діяльність, а також краще задовольняти потреби кінцевих споживачів.

Висновки. Проведене дослідження дало змогу визначити торговельно-технологічний процес торговельних підприємств та відобразити процес впровадження логістики у його діяльність. Управління логістичними процесами передбачає досягнення стратегічних цілей підприємства, забезпечуючи оптимальні параметри товарних потоків, орієнтуючись на високий рівень обслуговування споживачів. Важливим фактором досягнення конкурентоспроможності торговельного підприємства є застосування логістичного інструментарію, тобто формулювання логістичного ланцюга товаропостачання суб'єкта господарювання та планування структури й обсягу товарообороту на основі моніторингу запитів споживачів, їхніх вподобань і можливостей.

Перспективи подальших досліджень. У цьому контексті перспективним напрямом досліджень є розвиток методики аналізу за фактичними показниками. Окрім цього, важливим і актуальним є також дослідження складових формування інформаційної підтримки реінжинірингу торгово-технологічних процесів торговельних підприємств з використанням сучасних програмних продуктів і їхнього ресурсного потенціалу.

Література

1. Апопій В. В. Внутрішня торгівля та АПК України: ефективність взаємодії : монографія. Львів : Вид-во ЛКА, 2007. 368 с.
2. Черевко Г. В., Струк Н. С. Вдосконалення управління матеріально-інформаційними потоками підприємств АПК на засадах логістики : монографія. Львів : Ліра-Прес, 2012. 352 с.
3. Ковалев К. Ю. Уваров С. А., Щеглов П. Е. Логистика в розничной торговле: как построить эффективную сеть. Санкт-Петербург : Питер. 2007. 272 с.
4. Блонська В. І., Феофанова К. О. Роздрібний товарообіг торговельного підприємства та напрямки ефективного управління ним у сучасних умовах господарювання. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2008. Вип. 18.4. С. 123–127.
5. Міценко Н. Г., Миколів Н. Б. Проблеми управління товарними запасами торговельних підприємств. *Науковий вісник НЛТУУ*. 2011. Вип. 21.3. С. 313–317.
6. Побережець О. В. Формування механізму управління результатами діяльності торговельного підприємства. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління*. 2017. Т. 16. Вип. 2.(36). С. 70–88.

7. Міщук І. П., Рижкова О. В. Формування ефективної політики управління товарними запасами торговельного підприємства. *Науковий вісник НЛТУУ*. 2012. Вип. 22.03. С. 297–302.
8. Офіційний сайт логістичної компанії «eFulfillment Service». URL: www.efulfillmentservice.com.
9. Берзіна С. Екологічна сертифікація та маркування: головні акценти для споживача. *Надзвичайна ситуація +*. Березень. 2018. С. 42–46. URL: <https://www.ecolabel.org.ua/images/page/ns-2018-6-9-eco-markuvannya.pdf>
10. Цікаві факти про інтернет-торгівлю в світі в 2018 році. *LEMARBET*. URL: <http://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/interesnye-fakty-ob-internet-torgovle/>.

References

1. Аропії, V.V. (2007). Vnutrishnia torhivlia ta APK Ukrainy: efektyvnist vzaiemodii [Domestic trade and AIC of Ukraine: effectiveness of interaction], monograph, Lviv: Vyd-vo LKA, 368. [in Ukrainian].
2. Cherevko, H.V., & Struk, N.S. (2012). Vdoskonalennia upravlinnia materialno-informatsiinymy potokamy pidpriemstv APK na zasadakh lohistyky [Improvement of management of material and information flows of agricultural enterprises of AIC on the basis of logistics], monograph, Lviv: Liha-Pres, 352. [in Ukrainian].
3. Kovalev, K.Yu., Uvarov, S.A., & Shcheglov, P.Ye. (2007). Logistika v roznichnoy torgovle: kak postroit effektivnyuyu set [Logistics in retail trade: how to build an effective network], SPb.: Piter, 272. [in Russian].
4. Blonska, V.I., & Feofanova, K.O. (2008). Rozdribnyi tovaroobih torhovelnogo pidpriemstva ta napriamky efektyvnogo upravlinnia nym u suchasnykh umovakh hospodariuvannia [Retail commodity turnover of auction enterprise and directions of effective management to them in modern terms of ménage]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy - Scientific Bulletin of UNFU*, 18.4, 123–127 [in Ukrainian].
5. Mitsenko, N.H., & Mykoliv, N.B. (2011). Problemy upravlinnia tovarnymy zapasamy torhovelnikh pidpriemstv [Problems of control of commodity inventories of point-of-sale enterprises]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy - Scientific Bulletin of UNFU*, 21.3, 313–317 [in Ukrainian].
6. Poberezhets, O.V. (2017). Formuvannia mekhanizmu upravlinnia rezultatamy diialnosti torhovelnogo pidpriemstva [Forming the mechanism of management of results of trade enterprise's activity]. *Rynkova ekonomika: suchasna teoriia i praktyka upravlinnia – Market economy: modern management theory and practice*, 16, 2.(36), 70–88 [in Ukrainian].
7. Mishchuk, I.P., & Ryzhkova, O.V. (2012). Formuvannia efektyvnoi polityky upravlinnia tovarnymy zapasamy torhovelnogo pidpriemstva [Trade enterprise product supplies management effective policy forming]. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy - Scientific Bulletin of UNFU*, 22.03, 297–302 [in Ukrainian].
8. Ofitsiynyi sait lohistychnoi kompanii “eFulfillment Service” [Official site of the logistics company “eFulfillment Service”]. Retrieved from: www.efulfillmentservice.com [in USA].

9. Berzina, S. (2018). Ekolohichna sertyfikatsiia ta markuvannia: holovni aktsenty dlia spozhyvacha [Environmental certification and labeling: main accents for the consumer]. *Nadzvychna sytuatsiia + – Emergency situation +*, 42–46. Retrieved from: <https://www.ecolabel.org.ua/images/page/ns-2018-6-9-eco-markuvannya.pdf> [in Ukrainian].
10. Tsikavi fakty pro internet-torhivliu v sviti v 2018 rotsi [Interesting facts about e-Commerce in the world in 2018]. *LEMARBET*. Retrieved from: <http://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/interesnye-fakty-ob-internet-torgovle/> [in Ukrainian].

Статтю отримано 23 липня 2020 р.

Article received July 23, 2020.