

Чернівецький торговельно-економічний інститут
Державного торговельно-економічного університету
Кафедра менеджменту, маркетингу та міжнародної логістики

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Управління логістичним забезпеченням Інтернет-магазинів»
(за матеріалами ТМ «PROFI ODYAG»)

Студентки 6 курсу, 701 групи,
Другого (магістерського) рівня
вищої освіти
спеціальності 051 «Економіка»
освітньої програми «Міжнародна
логістика та управління
ланцюгами постачання»

*підпис
студента*

*Остафійчук
Каріни
Михайлівни*

Науковий керівник
кандидат економічних наук,
доцент

*підпис
керівника*

*Незвещук-
Когут
Тетяна
Семенівна*

Завідувач кафедри
кандидат економічних наук,
доцент

Підпис зав.кафедрою

*Чичун
Валентина
Андріївна*

Чернівці 2024

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ ПІДПРИЄМСТВ Е-ТОРГІВЛІ..	6
1.1. Електронна комерція як інструмент просування товарів та послуг на ринку	6
1.2. Основні категорії та інструменти логістичної діяльності в електронній комерції	11
1.3. Прикладні аспекти логістичного забезпечення електронних магазинів..	18
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ ДІЯЛЬНОСТ ІНТЕРНЕТ- МАГАЗИНУ ТМ «PROFI ODYAG».....	23
2.1 Аналіз стану організації логістичної діяльності інтернет-магазину ТМ «PROFI ODYAG».....	23
2.2 Оцінювання ефективності процесу управління логістичним забезпеченням інтернет- магазину ТМ «PROFI ODYAG».....	32
РОЗДІЛ 3. РОЗРБОКА РЕОМЕНДАЦІЙ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ ЛОГІСТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТМ «PROFI ODYAG».....	41
3.1. Розробка плану ефективності логістичного забезпечення ТМ «PROFI ODYAG».....	41
3.2.Шляхи оптимізації процесу логістичного забезпечення ТМ «PROFI ODYAG».....	48
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ЖЕРЕЛ	57
ДОДАТКИ.....	62

ВСТУП

Сучасний стан розвитку торгівлі в Україні сьогодні характеризується значними ускладненнями, внаслідок впливу таких негативних факторів як всесвітня пандемія 2020-2022 рр., а також впровадження воєнного стану через повномасштабне вторгнення росії на територію України у 2022 році. У таких умовах оптимізація логістичного забезпечення є надзвичайно важливою для підприємств торгівлі, зокрема підприємств електронної торгівлі. Швидкий розвиток ринку електронної комерції супроводжується зростанням значущості ефективної логістики, яка допомагає ідентифікувати «вузькі місця» в бізнес-процесах і усувати перешкоди для досягнення поставлених цілей.

До сучасних проблем логістики в Україні додаються труднощі з доставкою товарів через пошкодження транспортної інфраструктури внаслідок воєнних дій. Перебої у функціонуванні основних транспортних коридорів, блокування деяких регіонів і загроза для безпеки перевезень значно ускладнюють забезпечення стабільності постачання. Також виникають проблеми із забезпеченням цілковитої безпеки складам та точкам реалізації товарів, останні з яких змушені не працювати під час повітряної тривоги.

Додатковим викликом є блекаути, які впливають на всі аспекти логістичної діяльності: від роботи складів і пунктів обробки замовлень до організації перевезень і комунікацій із клієнтами. Часткове або повне знеструмлення регіонів призводить до затримок у процесах, що вимагає від підприємств адаптації через використання резервних джерел живлення, цифрових технологій і альтернативних способів зв'язку.

В умовах таких викликів українські підприємства змушені впроваджувати нові інструменти та технології, зокрема диверсифікацію маршрутів, гнучке планування поставок і застосування автономних технологій. Інвестування у розвиток логістичної інфраструктури, інтеграцію інноваційних рішень і підвищення адаптивності систем дозволяє

підприємствам залишатися конкурентоспроможними, попри складні зовнішні обставини.

Теоретичну та методичну основи нашого науково-прикладного пошуку склали основні положення наукових праць провідних українських та закордонних учених, зокрема: Л. Ковальської, Н. Коніщевої, Н. Трушкіна, Д. Дж. Бауэрсокс, О. Сумця, Д. Клосса, Н. Ільченко, М. Окландера, Р. Баллоу та інших. Дослідження практичного інструментарію електронної комерції здійснювалося на реальному кейсі Інтернет-магазину ТМ «PROFI ODYAG» – ФОП «Васілова Тетяна Віталіївна».

Для розкриття обраної теми нами було сформовано мету, завдання, предмет і об'єкт дослідження, а також Інтернет-магазин, на прикладі якого ми здійснюватимемо практичну частину кваліфікаційної роботи.

Відповідно, метою дослідження є обґрунтування теоретичних засад організації логістичної діяльності та обґрунтування перспектив розвитку електронної комерції на прикладі підприємства електронної торгівлі.

Об'єктом дослідження є процес управління логістичним забезпеченням підприємства інтернет-магазину ТМ «PROFI ODYAG».

Предмет дослідження є теоретичні, науково-методичні та практичні аспекти управління логістичним забезпеченням підприємств електронної торгівлі.

Для досягнення поставленої мети нами було поставлено такі *завдання*:

- визначити теоретичні підходи до процесу управління логістичним забезпеченням підприємств е-торгівлі;
- обґрунтувати визначення електронної комерції як інструменту просування товарів та послуг на ринку;
- визначити основні категорії та інструменти електронної комерції, а також прикладні аспекти логістичного забезпечення електронних магазинів;
- дослідити процес управління логістичним забезпеченням діяльності інтернет-магазину ТМ «PROFI ODYAG»;
- провести аналіз стану організації логістичної діяльності інтернет-

магазину ТМ «PROFI ODYAG»;

- оцінювання ефективності процесу управління логістичним забезпеченням інтернет-магазину ТМ «PROFI ODYAG»
- розробити рекомендації щодо вдосконалення логістичного забезпечення ТМ «PROFI ODYAG»;
- розробка плану ефективності логістичного забезпечення ТМ «PROFI ODYAG»;
- визначити шляхи оптимізації процесу логістичного забезпечення ТМ «PROFI ODYAG».

Для реалізації поставленої мети в процесі виконання даної кваліфікаційної роботи нами були використані такі наукові методи як системний підхід – для теоретичного обґрунтування сутності організації управління та логістичною діяльністю, а також визначення оцінки її ефективності; методи порівняльного аналізу та синтезу – для дослідження практичних аспектів організації та управління логістичного забезпечення інтернет-магазину ТМ «PROFI ODYAG».

Практичне значення кваліфікаційної роботи полягає у ймовірності застосування результатів дослідження з удосконалення й оптимізації процесу управління логістичним забезпеченням у діяльність реального підприємства.

Обсяг та структура кваліфікаційної роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, та викладена на 56 сторінках, містить 17 рисунків, 9 таблиць, 3 додатки.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ ПІДПРИЄМСТВ Е-ТОРГІВЛІ

1.1. Електронна комерція як інструмент просування на ринку товарів та послуг

Україна є однією з найбільших країн Центральної та Східної Європи з великим природно-географічним потенціалом, і попри виклики, спричинені війною, залишається вагомим споживчим ринком. Сьогодні, навіть в умовах значних соціально-економічних труднощів, пов'язаних із бойовими діями, вимушеним переселенням мільйонів громадян і зниженням купівельної спроможності, ринок товарів та послуг, у тому числі електронна комерція продовжує розвиватися.

Станом на 2023 рік ринок онлайн-торгівлі адаптувався до зміненої реальності, зокрема через активну інтеграцію цифрових інструментів і розширення доступу до Інтернету навіть у складних умовах. Незважаючи на руйнування інфраструктури, включаючи мережі зв'язку, понад 75 % населення України має доступ до Інтернету. Використання мобільних пристроїв для доступу до мережі значно зросло, що забезпечує гнучкість і адаптивність споживачів та бізнесу.

Війна стала каталізатором змін у поведінці споживачів, які все частіше звертаються до онлайн-майданчиків у пошуках необхідних товарів і послуг. Це зумовлено зручністю, швидкістю і можливістю порівнювати ціни. Разом із тим підприємства електронної комерції стикаються з новими викликами: перебоями в енергопостачанні через блекаути, труднощами з логістикою через пошкодження транспортних шляхів і ризиками доставки в регіони, що знаходяться під загрозою обстрілів.

Попри ці труднощі, електронна комерція в Україні демонструє стійкість. Бізнес активно впроваджує альтернативні шляхи вирішення проблем, зокрема резервні системи енергоживлення, оптимізацію логістичних

маршрутів і розвиток локальних складів для мінімізації ризиків. Завдяки інноваціям та адаптивності ринок продовжує залишатися важливою частиною економіки, забезпечуючи споживачів необхідними товарами та послугами навіть у кризових умовах.

Зазначене обґрунтувало дослідження проблеми розвитку та застосуванню електронної комерції у діяльності інтернет-магазинів. Спершу дослідимо теоретичні підходи до визначення категорії управління електронною комерцією як інструмента просування товарів на ринок.

Варто зазначити, що дослідженню електронної комерції, її розвитку та сучасних трендів у світі та Україні присвячені праці багатьох учених, а також бізнесменів та фахівців-практиків, без досвіду яких важко оцінювати перспективи електронної комерції у виробничій і збутовій діяльності підприємств. У зарубіжних країнах, де вона активно розвивалася крайні 50 років, електронну комерцію, етапи її розвитку, особливості функціонування механізму для різних типів економічних систем та галузей економіки вивчали безліч вчених-економістів і фахівців-практиків, зокрема маркетологів. У переважній більшості зарубіжні автори, пояснюючи поняття електронної комерції, узагальнюють її – як таку діяльність, що охоплює всі типи електронних транзакцій між організаціями та зацікавленими особами [2].

У табл. 1.1 нами наведено деякі твердження щодо сутності поняття «електронна комерція».

Таблиця 1.1

Наукові підходи до поняття «електронна комерція»

Автор	Визначення поняття «Електронна комерція»
А. Саммер, Дж. Дункан, В. Звасс	– це будь-яка форма бізнес-процесу, коли взаємодія між суб'єктами відбувається електронним шляхом з використанням Інтернет-технологій [3, 4].
Р. Ю. Царьов, А. М. Береза, А. М. Юдін та І. О. Трубін	- ділова активність і вид суспільних відносин з купівлі-продажу товарів та послуг, що передбачає взаємодію сторін на основі інформаційних мереж (без безпосереднього фізичного контакту) [8, 9]

Продовження табл. 1.1

Д. Козьє	- це процес, який передбачає купівлю-продаж товарів та послуг через Інтернет для безпосереднього отримання прибутку, створення попиту на товари та послуги, впровадження після продажного обслуговування клієнтів, полегшення взаємодії між діловими партнерами [5].
А.В. Волокітін, А. П. Манюшкін, А. В. Солдатіков та А. В. Мартовий.	технологія, що забезпечує повний замкнений цикл операцій, у тому числі замовлення товару (послуги), проведення платежів, участь в управлінні доставкою товару (виконання послуги) переважно орієнтовану на отримання прибутку в результаті угод і транзакцій в Інтернеті [6].
Г. М. Хубаєва	– форма постачання продукції та товару, при якій вибір і замовлення товарів здійснюється через комп'ютерні мережі, а розрахунки між покупцем і постачальником здійснюються з використанням електронних документів і/або засобів платежу [7].

Як видно із наведеної таблиці 1.1, всі науковці схиляються до думки, що електронна комерція – це процес, який охоплює технологію замовлення товарів та послуг через мобільні додатки, у тому числі оплата придбаних послуг здійснюється через онлайн-банкінг.

Зростаюча популярність терміну «електронна комерція» обумовлена його постійним ототожненням з терміном «електронний бізнес». Однак згодом дослідники почали відокремлювати електронну комерцію від електронного бізнесу. Розглянувши визначення понять «електронний бізнес» і «електронна комерція», можна дійти невтішного висновку, що з вчених немає єдиного підходу до трактування цих понять та його взаємозв'язку [13].

Детально визначаючи кожне поняття, фахівці IBM дали таке визначення: «Електронний бізнес – це зміна бізнес-процесів на основі інтернет-технологій». Енциклопедія інтернет-бізнесу висуває інтерпретацію, за якою «електронний бізнес – це будь-яка ділова діяльність, яка «використовує». Глобальні інформаційні мережі перетворення внутрішніх і зовнішніх посилянь отримання прибутку» [14].

Компанії, які інтегрують інструменти бізнес-медіа у свою діяльність,

отримують низку конкурентних переваг за рахунок скорочення часу та грошей, що витрачаються на дослідження, збирання та обробку інформації. Споживачам відкриваються нові ринки та сфери діяльності, спрощуються продажі та логістика, стають доступними найефективніші методи залучення нових клієнтів та розширюється спектр підтримки існуючих клієнтів за рахунок можливості підтримки 24/7.

Крім того, важливо розуміти, що електронна комерція та електронний бізнес – це зовсім різні речі.

Електронна комерція являє собою ширшу сферу діяльності і включає роздрібну торгівлю. Так, на думку Н. Савицької, електронна комерція має кілька значень – вузьке (як комерційна діяльність лише інтернет-провайдерів та виробників інформаційних технологій), вузьке (тотожне з електронним бізнесом, коли здійснюється купівля та продаж матеріальних, цифрових товарів, послуг, квитків через Інтернет) та широкі (скільки існує способів використання цифрового простору інформації та технологій) для поширення ділової інформації, встановлення зв'язків між комерційними суб'єктами та здійснення ділових операцій) [15]. У найвужчому сенсі, останнє поняття пропонує принципово нові можливості та призначене для торгівлі з використанням інформаційних технологій та Інтернету.

Також важливо зазначити, що на думку фахівців-практиків, «електронна комерція» – це специфічна підсфера електронного бізнесу, що включає в себе суспільні відносини з купівлі та продажу товарів, послуг та інформації через Інтернет з використанням всіх інструментів мережі (інтернет-реклама, обробка платежів та замовлень).

В Україні серед напрямків електронного бізнесу B2C найбільш активно розвивається B2B, але за останні п'ять років більш активними факторами стали інші моделі, такі як C2C, B2G, C2G, однак у правовому середовищі влада може переміщувати чи обмежувати певні економічні відносини, тому давайте оцінимо норми та правове середовище, що впливає на розвиток електронної комерції.

Електронна комерція – це специфічна частина електронного бізнесу, що включає суспільні відносини та передбачають купівлю та продаж товарів, послуг та інформації, використовуючи всі інструменти доступні в Інтернеті. Він зростає і розширюється щороку як в Україні, так і у світі, приймаючи нові форми, до яких виробник має швидко адаптуватися.

Для споживача переваги електронної комерції полягає у економії часу при придбанні товарів та послуг та значному підвищенні якості обслуговування. Для держави переваги електронної комерції полягають у забезпеченні міжнародної інтеграції за допомогою ефективних та дієвих фінансових відносин та побудови електронної системи. Так, у останні роки обсяги електронної комерції в Україні стабільно зростають як у вартісному, так і натуральному вираженні; З 2020 по 2023 рік торговельний оборот збільшився у 2,5 разів.

Споживачі, які мають доступ до швидкого та недорогого Інтернету, порівняно з країнами Європи (кількість постійних користувачів досягла 66% у 2022 році) стали з більшою впевненістю отримувати доступ до товарів та фінансових операцій в Інтернеті, ґрунтуючись на власному досвіді чи досвіді друзів, і вони знали. Переваги придбання товарів та послуг через Інтернет визначаються у швидкості і доступності, у тому числі з доставкою за вказаною адресою проживання.

Державні установи також почали активно використовувати його у своїй маркетинговій діяльності: було запущено систему державних електронних закупівель – ProZorro; існує система електронного подання проектних звітів та декларацій для фізичних осіб; йдеться про нормативні акти; на етапі розробки та впровадження системи обробки замовлень та документів тощо. Оскільки держава стала повноправним учасником ринку електронної комерції, у її інтересах розробити ефективне законодавство, що охоплює всі аспекти електронної комерції. Регулювання питань електронної комерції на правовому рівні стане поштовхом для подальшого інтенсивного розвитку електронної комерції всередині країни та за кордоном.

1.2. Основні категорії та інструменти логістичної діяльності в електронній комерції

Вивчення логістичної діяльності компаній електронної комерції слід розглядати як конкретні завдання та види діяльності в логістичній компанії. Гармонізація досліджень та оптимізація бізнес-процесів логістичної діяльності в роздрібній торгівлі є пріоритетним завданням. Тому що ключовими напрямками є покращення підтримки вхідних даних, яка виникає в результаті взаємодії з постачальниками в координації діяльності та споживачів, щоб забезпечити вихід відповідно до їхніх вимог. Також варто виділити основні функції (доставка, виробництво та збут) і ключові функції, такі як: транспортування, управління запасами та замовленнями, сервісне та інформаційне забезпечення, а також допоміжні функції, такі як товари, упаковки, обробка товарів, прогнозування, повернення, збору та розподілу, інші логістичні операції [21].

Проблематиці управління, організації та надання оцінки логістичній діяльності підприємств електронної комерції присвячені багато наукових досліджень. Зокрема М. Окландер охарактеризував логістичну діяльність як комплексний механізм координації, який дозволяє досягти результат шляхом взаємоузгоджених дій усіх залучених спеціалістів в управлінні матеріальним потоком [23, с. 12].

В свою чергу науковець В. Алькема визначав логістичну діяльність як сукупність функціональних, управлінських та забезпечувальних процесів, які спрямовані на вдосконалення логістичних потоків [1].

Н. Коніщева та М. Трушкін трактують це поняття як засіб реалізації логістичних процесів та функцій, а Л. Ковальська – як сукупність планів та методів їх реалізації [15, 13]. І. Ткачова визначає це поняття лише з погляду управління логістичними потоками [36], а О. Сумець і Т. Бабенкова – як сукупність форм, методів та інструментів загального управління товарорухом, що включає організацію, інформацію та окремі елементи системи ринкових

комунікацій [35].

К. Танков та Ю. Леонова вважають, що логістична діяльність – це комплексний процес усієї виробничо-транспортної системи, заснований на принципі інтеграції виробництва, транспорту та споживання [37].

Невідповідності виникають і при розгляді цього поняття як складової економічної діяльності суб'єктів господарювання. Зокрема, Н. Коніщева трактувала її як особливий вид економічної діяльності, що передбачає здійснення наступних процесів із логістичними операціями [15]. Господарська діяльність, яку порівнюють з управлінням та організацією матеріальних потоків та своєчасним інформуванням про процес переходу від виробництва до споживання за допомогою логістичних операцій.

Узагальнюючи ці наукові інтерпретації, можна сказати, що логістична діяльність – це управління комплексом логістичних функцій та операцій, що становлять елемент логістичних систем. Тому розгляд та аналіз логістики компаній електронної комерції слід розглядати лише як конкретні функції та процеси логістики. Крім того, експерти у дослідженнях беруть до уваги процеси та методи розрахунку логістичних параметрів, таких як постачання, виробництво, розподіл? а також продажі, процеси транспортування, зберігання та управління запасами, а також фінансова інформація та вплив. Проте єдиного вирішення питання організації ефективної логістичної діяльності у компаніях різних галузей немає, лише зазначено, що саме електронна комерція додатково зміцнює логістичну галузь.

Наступним етапом нашого дослідження є визначення категорії електронна комерція. Отож, електронна комерція – це сучасний спосіб ведення бізнесу в Інтернеті, заснований на твердих фізичних активах, інтенсивному розвитку електронних та сучасних інформаційних технологій [40] у формі купівлі-продажу через телекомунікаційні мережі, а також електронні фінансові та фінансові інструменти [8].

Види електронної комерції, суб'єкти торгівлі, а також особливості взаємодії, у тому числі переваги і недоліки нами наведено на рис. 1.1.

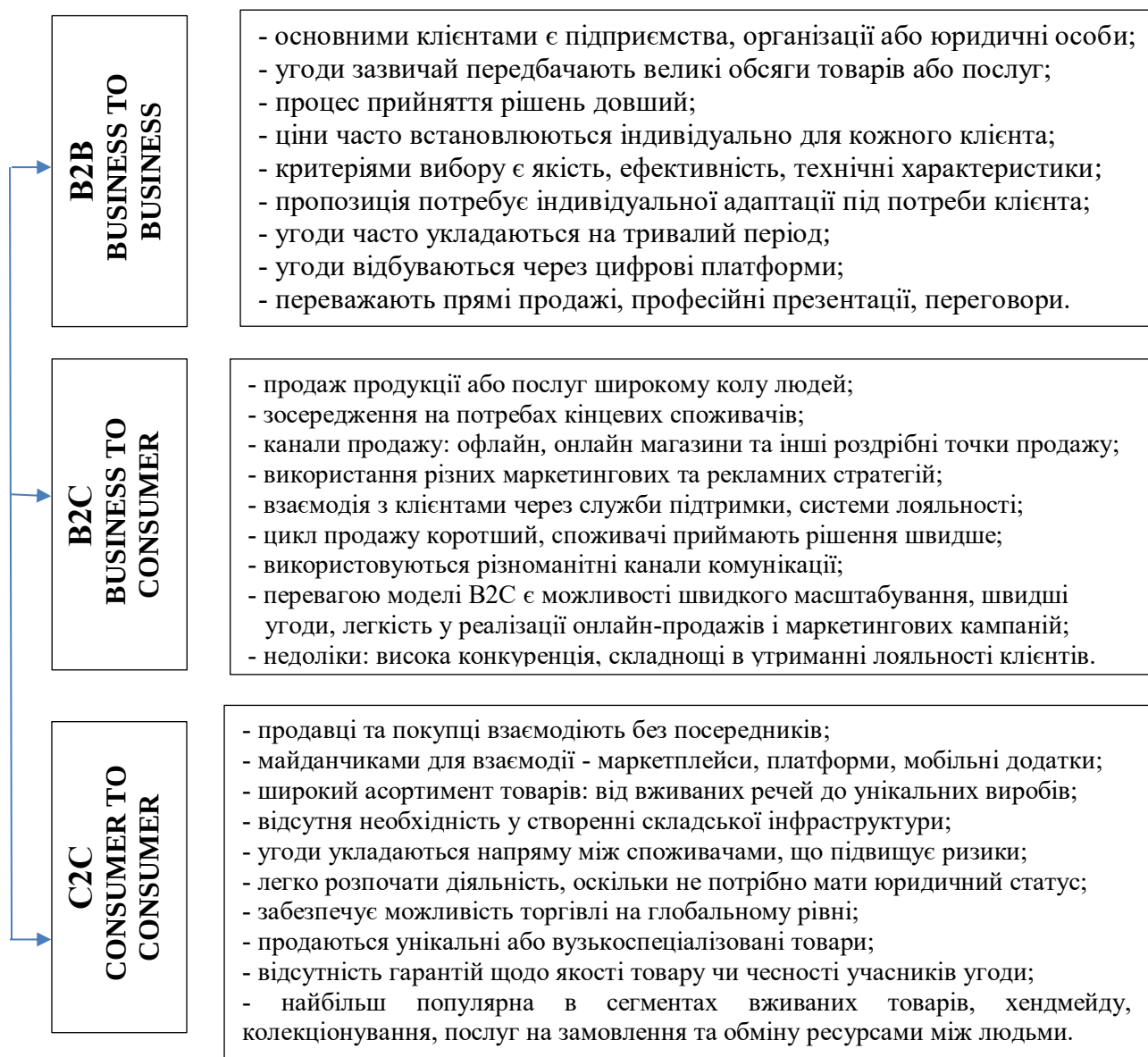


Рис. 1.1 Види електронної торгівлі за суб'єктами взаємодії [31]

Проаналізувавши інформацію, наведену на рис.1.1 та враховуючи ситуацію в Україні, можна стверджувати, що основна частка електронної торгівлі відбувається у форматі B2B, оскільки вона найбільш зручною та більш захищеною певними гарантіями та зобов'язаннями. Суб'єкти B2B здійснюють обмін інформацією, знаходять нових контрагентів та партнерів для проведення торгових операцій [46].

Отже, зваживши всі проаналізовані факти можна стверджувати, що електронна комерція продовжує активно розвиватися, вимагаючи впровадження нових підходів і рішень для подолання викликів сучасного

ринку. Важливо постійно аналізувати перспективи розвитку, оцінювати потенційні ризики та вирішувати наявні проблеми, зокрема у сфері управління потоками електронної торгівлі. Логістична діяльність у цьому контексті відіграє ключову роль, оскільки саме вона є інструментом підвищення прибутковості, рентабельності та загальної економічної ефективності підприємств.

Результатом впровадження системного підходу до управління стає створення ефективної логістичної системи на підприємстві. Ця система є основою для організації та реалізації логістичних процесів, забезпечуючи стабільність і гнучкість бізнесу в умовах динамічного ринку електронної комерції.

Логістичне забезпечення підприємств електронної торгівлі передусім дозволяє шляхом застосування інноваційних інформаційних технологій регулювати комунікаційні взаємозв'язки різних ланок виробництва підприємства електронної комерції за допомогою поточних процесів. Основні внутрішні й зовнішні потоки електронної комерції підприємства (далі- ЕКП), постійно знаходяться у взаємодії між собою (рис.1.2) [22]:

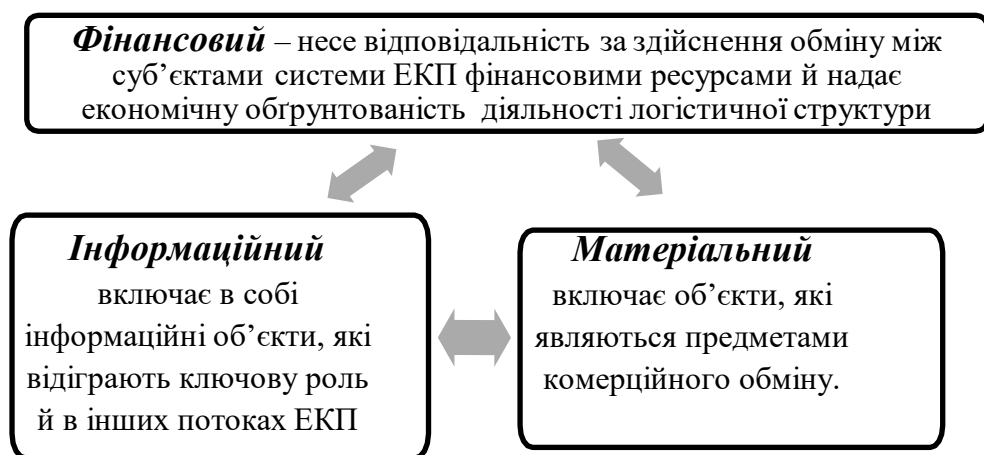


Рис. 1.2 Потоки електронної комерції підприємства [22]

Функціонування системи ЕКП відбувається на рівнях зображених на рис. 1.3 [22]. Управління логістичним забезпеченням охоплює ключові елементи, які забезпечують ефективну координацію діяльності підприємства.

До них належать: організація управління операційною діяльністю та запасами, впровадження інтегрованих інформаційних систем для синхронізації процесів, побудова ефективної системи постачання сировини і матеріалів, забезпечення функціонування транспортної інфраструктури як для внутрішніх потреб, так і для розподілу готової продукції. Важливими складовими є також оптимізація складського господарства і забезпечення сучасного пакування, яке відповідає вимогам ринку.



Рис. 1.3 Рівні функціонування системи ЕКП [22]

Відповідно до методики визначення рівня ефективності логістичної діяльності вважаємо доцільним застосування методичного підходу з поділом показників за об'єктом, ефективність якого вони характеризують. Зокрема, Чорнописька Н.В., запропонувала у своїй роботі групу оцінювальних показників, які окреслюють діяльність логістичної діяльності підприємств. Це показники, які демонструють – продуктивність, ефективність, надійність та гнучкість.

Показники продуктивності відображають ефективність виконання логістичних операцій працівниками підприємства. Вони визначаються кількістю завдань або операцій, виконаних одним працівником за певний проміжок часу. Розрахунок таких показників здійснюється за допомогою

спеціальних формул, які враховують специфіку процесів і особливості діяльності підприємства.

Регулярне використання комплексу показників для оцінки ефективності логістичних процесів, а також постійний моніторинг їхніх змін дозволяє глибоко аналізувати роботу підприємства. Це створює основу для виявлення слабких місць, визначення напрямків для вдосконалення і прийняття обґрунтованих рішень щодо підвищення загальної продуктивності логістичної системи.

Також варто зазначити, що наразі виокремлюють такі напрями управління логістичним забезпеченням підприємств електронної торгівлі, зображені на рис.1.4 [12, 22, 32].



Рис. 1.4. Управління логістичним забезпеченням підприємств Е- торгівлі

Управління матеріальними потоками в логістичних системах базується на двох основних підходах: тягнучому та штовхаючому.

Тягнучий підхід передбачає передачу матеріальних ресурсів від одного виробничого процесу до іншого виключно за попереднім запитом наступної ланки. У цій системі центральний орган управління формує завдання для кінцевої виробничої ланки. Це забезпечує гнучкість і адаптивність у роботі

логістичної системи, попереджаючи перевиробництво та скупчення надлишкових запасів.

Штовхаючий підхід, навпаки, передбачає передачу ресурсів без попереднього замовлення. Матеріальний потік у цьому випадку «штовхається» з однієї ділянки на іншу за рішенням центральної системи управління. Цей метод підходить для підприємств із чітко визначеними обсягами виробництва і стабільними процесами. Сучасне управління логістичними системами електронної торгівлі дедалі частіше орієнтується на використання тягнучого підходу. Основними цілями такої системи є: мінімізація часових витрат через децентралізацію прийняття рішень, усунення накопичення зайвих запасів на складах, оперативна адаптація закупівель до змін у попиті, а також спрощення управління запасами за рахунок децентралізації процесів.

Сучасна концепція логістичної діяльності базується на реалізації принципу «7R»: доставка правильного товару потрібної якості, у необхідній кількості, в зазначений час і місце, конкретному споживачеві з оптимальними витратами. У цьому контексті швидкість і ефективність стають ключовими чинниками конкурентоспроможності.

Очікувані результати від впровадження таких систем включають: скорочення часу на обробку замовлень, зменшення залучення зайвих учасників у процесах, мінімізацію складських запасів і площ їх зберігання, збільшення попиту на логістичні послуги завдяки покращенню їх якості, а також оптимізацію витрат і управління потоками. Таким чином, ефективне управління логістичним забезпеченням є основою для розвитку систем електронної комерції, сприяючи підвищенню конкурентоспроможності підприємств.

1.3. Прикладні аспекти логістичного забезпечення електронних магазинів

Сьогодні багато підприємств, організацій і компаній стикаються з кризовими або передкризовими станами. У зв'язку з цим актуальним стає вивчення особливостей сучасного економічного середовища та аналіз досвіду успішної роботи зарубіжних підприємств різних форм власності. Однією з ключових характеристик ефективної діяльності є вирішення проблем управління постачанням, виробництвом і збутом. Ці процеси необхідно організувати таким чином, щоб максимально задовольнити потреби споживачів при мінімальних витратах. У цьому допомагають сучасні методи та технології управління, засновані на логістичних концепціях, що забезпечують оптимізацію логістичної діяльності.

Для ефективного управління логістичними процесами важливо об'єктивно оцінювати їхню ефективність. Оскільки підприємство є складною соціально-економічною системою, управління його станом вимагає застосування як статичної, так і динамічної діагностики. В цьому контексті практикуються два підходи: використання окремих ключових показників або застосування аналітичних та інтегральних коефіцієнтів. Окремі показники легко аналізувати, але вони мають обмежену інформативність, тому частіше використовують комплексні індикатори, які враховують сукупність різних показників. Такий підхід дозволяє отримати узагальнюючу оцінку, що відображає стан системи на конкретний момент часу або в певний період.

Критерії оцінки ефективності управління логістичною діяльністю компанія встановлює самостійно, орієнтуючись на стратегічні цілі. Вони є якісною характеристикою, яка розкриває сутність ефективності маркетингових і логістичних процесів. Основним завданням для багатьох українських підприємств у сучасних умовах є задоволення платоспроможного попиту споживачів і створення умов для отримання стабільного прибутку.

Стратегічною метою є забезпечення повного задоволення потреб клієнтів у товарах і послугах високої якості, поряд зі стабільною прибутковістю.

Досягнення цієї мети можливе лише за наявності суттєвих конкурентних переваг, які базуються на пропозиції продуктів і послуг, що максимально відповідають очікуванням клієнтів, та їх постійному вдосконаленні. Успішна реалізація такої стратегії дозволяє підприємству зміцнити свої позиції на ринку і забезпечити довгострокову конкурентоспроможність.

Критерії оцінки ефективності логістичного управління збутовою діяльністю є динамічними та змінюються залежно від етапів життєвого циклу підприємства, специфіки та рівня розвитку ринку, попиту на товари і послуги, а також від доступності фінансових, матеріальних і людських ресурсів. Вони також залежать від зовнішніх умов і внутрішніх факторів, що впливають на розвиток бізнесу. У процесі оцінки ефективності використовуються як кількісні, так і якісні показники, що дозволяють всебічно аналізувати логістичні процеси.

Кількісна оцінка ефективності логістики збуту здійснюється за допомогою комплексу показників, що дозволяють не лише оцінити роботу персоналу, зайнятого у збутових процесах, але й виявити резерви для вдосконалення. Відомий маркетинголог П. Дойл підкреслює, що кожне підприємство має свої унікальні джерела створення вартості, тому потребує індивідуальної системи показників. Одним із універсальних підходів є «збалансована система показників», запропонована Р. Капланом і Д. Нортон, яка широко використовується для формування індикаторів оцінки логістичних і маркетингових процесів.

Збалансована система показників враховує специфіку діяльності підприємства, його місце в життєвому циклі, а також напрями розвитку. Основними принципами формування системи оцінки є порівняння результатів з використаними ресурсами для досягнення цих результатів, що дозволяє визначати як ресурсну, так і економічну ефективність.

Показники для оцінки ефективності логістичного управління збутовою діяльністю можна поділити на чотири основні групи: економічні, комерційні, виробничі та інноваційні.

До економічних показників належать такі, як товарообіг (у днях чи оборотах), рентабельність собівартості продажів (з урахуванням закупівлі, доставки, зберігання), коефіцієнти досягнення запланованого прибутку, рівень рентабельності реалізації товарів, а також загальні доходи від продажу послуг.

Комерційні показники включають частку ринку, темпи зростання продажів та прибутків, швидкість виконання замовлень, рівень прохідності складів, швидкість обертання запасів, варіативність кількості контрактів та покупців, дебіторську заборгованість, рівень лояльності споживачів, а також коефіцієнти стійкості асортименту.

До виробничих показників належать коефіцієнти ефективності виробничих і маркетингових процесів, а також ефективності використання матеріальних ресурсів.

Інноваційні показники охоплюють співвідношення проданих товарів і послуг та ефективність супутніх сервісів, які надає підприємство.

Таким чином, комплексний підхід до оцінки ефективності логістичного управління дозволяє підприємствам не лише забезпечувати стабільність операцій, але й підвищувати свою конкурентоспроможність, адаптуючись до змін у ринковому середовищі.

Описані індикатори оцінки ефективності логістичного управління збутовою діяльністю є важливими інструментами для аналізу та планування в умовах сучасного бізнес-середовища. Вони дозволяють точно оцінити ефективність операцій і приймати обґрунтовані рішення для підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Товарообмін в днях визначається як відношення середнього запасу до середньодобових продажів. Цей показник дає змогу оцінити, скільки днів потрібно для реалізації наявних запасів. Товарообмін в оборотах, у свою чергу,

показує кількість повних оборотів товарів за аналізований період, що дозволяє більш детально оцінити обертність товарів.

Рентабельність собівартості продажів, пов'язаних із купівлею та доставкою товарів, показує, яку частку загальних витрат на купівлю і доставку товарів займає собівартість, порівняно з обсягом оптових продажів. Рентабельність витрат обороту, зі зберіганням і підготовкою товару до продажу, відображає ефективність витрат на складське господарство та підготовку товару до реалізації.

Швидкість зростання продажів і прибутку дозволяє оцінити динаміку підприємства, порівнюючи фактичні дані з попередніми періодами або з плановими показниками. Ці показники дають уявлення про темпи розвитку бізнесу та ефективність його стратегії.

Коефіцієнти варіації, які включають кількість укладених договорів, обсяг постачання товарів, а також штрафні санкції, допомагають оцінити стабільність бізнесу, варіативність його діяльності та ефективність співпраці з постачальниками і клієнтами.

Якість збуту та задоволеність клієнтів вимірюються через точність доставки, відповідність асортименту та якості товарів, а також через рівень задоволення клієнтів від обслуговування. Це важливі показники для забезпечення довгострокових відносин з клієнтами та підвищення лояльності.

Рентабельність товару на одиницю площі складу показує, наскільки ефективно використовуються складські площі для досягнення максимального прибутку. Це важливий індикатор для оптимізації складських процесів.

Ефективність маркетингових процесів оцінюється через відношення валової доданої вартості до витрат на маркетинг, зарплати, амортизацію та витрати на торгівлю. Цей показник дозволяє оцінити, наскільки ефективно витрачаються ресурси на маркетингові та торгові кампанії.

Комплексні індикатори якості логістики включають правильність доставки товарів за часом, місцем, асортиментом та кількісними показниками, а також відповідність цінової політики вимогам ринку. Всі ці фактори мають

важливе значення для забезпечення високої якості обслуговування клієнтів і підтримки репутації компанії.

Для аналізу зазначених індикаторів рекомендується використовувати спеціалізовані комп'ютерні програми. Вони дозволяють скоротити час обробки даних, проводити диференційовані розрахунки та забезпечувати актуальність та повноту інформації в реальному часі. Крім того, комп'ютерна обробка даних допомагає автоматизувати інтеграцію між бухгалтерським обліком, аналізом та плануванням, що дає змогу фокусуватися на стратегічних цілях розвитку компанії.

Використання цих підходів дозволяє значно підвищити ефективність управління збутовою діяльністю, забезпечити своєчасне реагування на зміни на ринку та покращити загальну конкурентоспроможність підприємства.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ ДІЯЛЬНОСТ ІНТЕРНЕТ- МАГАЗИНУ ТОВ «PROFI ODYAG»

2.3 Аналіз стану організації логістичної діяльності інтернет-магазину ТОВ «PROFI ODYAG»

ТМ «PROFI ODYAG» – інтернет-магазин уніформи для працівників закладів ресторанного господарства, закладів торгівлі та інших виробничих підприємств, у тому числі фартухи, кітеля, мерч, HoReCa, з можливістю індивідуального брендування (з декоруванням вишивкою). Історія створення та розвитку інтернет-магазину ТМ «PROFI ODYAG» почалася в 2020 році. Маючи досвід пошиття речей на замовлення, власниця бренду Тетяна Василюва відкрила власний цех з пошиття одягу і для реалізації товарів власного виробництва створила інтернет-магазин через власну сторінку в Instagram, Facebook, а також власний сайт із демонстрацією моделей. ТМ «PROFI ODYAG» пропонує два напрямки розвитку корпоративної культури та корпоративного стилю підприємства – заклади HoReCa та заклади торгівлі (магазини). Серед особливих переваг ТМ «PROFI ODYAG» – власне виробництво у м. Чернівці, можливість брендування уніформи через нанесення логотипу закладу вишивкою та друком, швидке індивідуальне замовлення за розробленими дизайном та моделлю, з можливістю обрання якості тканини, кольору, розміру.

Наразі в інтернет-магазині можна купити готові моделі кітелів, фартухів для кухарів, світшоти для холодної пори року у різних кольорах, фартухи різних кольорів та зі спеціальними декоративними елементами. Також у наявності є флісові кофти для працівників кілінгових компаній.

Вартість готового виробу коливається від 700 до 1500 гривень, тому вони доступні для будь-якого бюджету. Орг.структура служби матеріально-технічного забезпечення ТМ «PROFI ODYAG» представлена на рис. 2.1 [24].

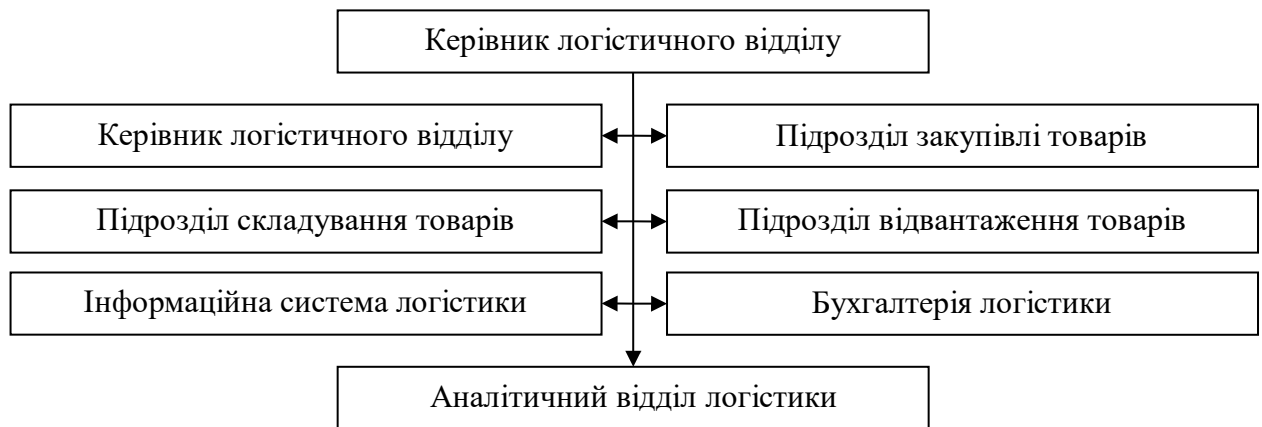


Рис. 2.1 Організаційна структура логістичного відділу інтернет-магазину ТМ «PROFI ODYAG»

Відділ логістики інтернет-магазину ТМ «PROFI ODYAG» є структурним підрозділом, відповідальним за організацію та управління логістичними процесами підприємства. Загальне керівництво та керівництво відділом здійснює начальник відділу логістики, який відповідає за розробку та реалізацію стратегії відділу логістики та за забезпечення ефективності логістичних процесів. Завданням відділу закупівель є налагодження співпраці як з індивідуальними споживачами, так і з корпоративними клієнтами, серед яких заклади ресторанного господарства, заклади вищої та професійно-технічної освіти, які здійснюють підготовку фахівців за напрямками «Харчові технології», «Кондитер», «Офіціант» тощо, а також пошук постачальників, укладання договорів, перевірка якості різноманітних тканин, шкіри, фурнітури і доставка їх на склад.

Відділ складського господарства відповідає за зберігання готової продукції, тканин і фурнітури на складі, їх розміщення на складі, забезпечення їх збереження та підготовку товарів до доставки клієнтам. Відділ доставки відповідає за доставку замовлених товарів та виробів клієнтам, а також за пакування, доставку транспортним компаніям і перевірку доставки [24].

Допоміжними підрозділами відділу логістики є наступні підрозділи: логістична інформаційна система, яка відповідає за розробку та підтримку логістичної інформаційної системи для управління логістичними процесами;

логістична бухгалтерія, яка відповідає за облік логістичних витрат та їх аналіз; відділ аналізу логістики, завданням якого є аналіз логістичних процесів і розробка необхідних заходів для їх удосконалення. Відділ закупівель і доставки забезпечує безперебійну доставку товарів клієнтам. Відділ закупівель у взаємодії з маркетингом визначає попит на продукцію та розробляє стратегію закупівель. Логістичний облік визначає та аналізує логістичні витрати у співпраці з фінансовим відділом.

Організація логістичної діяльності ТМ «PROFI ODYAG» є важливим завданням, яке дозволяє підприємству забезпечити ефективну та конкурентоспроможну роботу. Грамотне планування та впровадження логістичної системи дозволяє компанії скоротити витрати та підвищити рівень обслуговування клієнтів. Основний вибір товарів та виробів від інтернет-магазину ТМ «PROFI ODYAG» наведено в таблиці за категоріями. 2.1.

Таблиця 2.1

Основний асортимент інтернет-магазину
ТМ «PROFI ODYAG»

Категорії	Характеристика	Мережі
HoReCa	Кітеля, фартухи з тканини, фартухи зі шкіри, штани для кухара, головний убір для кухара (чоловічий), головний убір для кухаря (жіночий), сорочки для офіціантів, фартухи для офіціантів, штани для офіціантів, спідниці для офіціантів. Теплий одяг для офіціантів та торгової зали закладу ресторанного господарства.	Бартка, Шо-Шо
Заклади освіти	Кітеля, фартухи з тканини, фартухи зі шкіри, штани для кухара, головний убір для кухара (чоловічий), головний убір для кухаря (жіночий), сорочки для офіціантів, фартухи для офіціантів, штани для офіціантів, спідниці для офіціантів.	ЧВКУ ДТЕУ, Чернівецький фаховий коледж
Заклади торгівлі	Фартухи з тканини, фартухи зі шкіри, сорочки, штани, спідниці. Теплий одяг для працівників торгової зали.	Фокстрот, Comfy, Епіцентр, Jusk EVA
Клінінгові компанії	Робочі костюми, теплий одяг, кофти, світшоти.	Мітла

Особливості вибору товарів та виробів ТМ «PROFI ODYAG»: широкий вибір категорій: можливість використання для придбання товарів і послуг у різних сферах; кілька номіналів: можна підібрати будь-який розмір та будь-яку кількість; зручний спосіб покупки: товари можна придбати онлайн або в офісі; Гарантія якості, оскільки тканина та фурнітура придбаваються перевірених партнерів.

ТМ «PROFI ODYAG» постійно розширює асортимент товарів та виробів, змінює моделі відповідно до тренду та моди, підбирає кольорові гами відповідно до корпоративних кольорів підприємства-замовника, щоб задовольнити потреби всіх клієнтів. Цільова аудиторія інтернет-магазину – компанії, які придбавають для власного персоналу відповідну уніформу, як елемент корпоративної культури, а також ті покупці-індивідуали які надають послуги з кейтерингу – фізичні особи-підприємці. Це може бути людина будь-якого віку, статі та соціального статусу.

ТМ «PROFI ODYAG» здійснює продаж готової продукції через інтернет-магазин. Магазин має власний сайт (додаток А) та сторінки в соціальних мережах (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Основні майданчики збуту товарів та готових виробів
ТМ «PROFI ODYAG»

Назва інструменту	Характеристика
Інтернет-магазин	Інтернет-магазин – це веб-сайт, який дозволяє клієнтам купувати готові вироби онлайн. Інтернет-магазин є основним каналом продажу магазину.
Соціальні мережі	Соціальні мережі – це онлайн-платформи, які дозволяють людям спілкуватися та ділитися інформацією. ТМ «PROFI ODYAG» використовує соціальні мережі для просування товарів та спілкування з клієнтами.
Реклама	Реклама - форма комунікації, спрямована на рекламу подарункової продукції. Товари ТМ «PROFI ODYAG» здійснює рекламу через різні канали, такі як телебачення, Інтернет та друковані ЗМІ.

Продовження табл. 2.2

SEO	SEO (Search Engine Optimization) – це процес оптимізації веб-сайту для пошукових систем. ТМ «PROFI ODYAG» використовує SEO для підвищення видимості вашого сайту в результатах пошуку.
Email-маркетинг	Email маркетинг – це процес надсилання електронних листів для реклами готових виробів. ТМ «PROFI ODYAG» використовує email маркетинг для спілкування з клієнтами та просування спеціальних пропозицій.

Відповідно до запиту власників ТМ «PROFI ODYAG» нами у вересні 2024 року було підбито підсумки проведеного опитування щодо ефективність логістичної діяльності інтернет-магазину.

Усі клієнти інтернет-магазину, які зробили замовлення в період з січня по серпень 2024 року, відповіли на опитування щодо ефективності організації логістичної діяльності інтернет-магазину. Питання опитування наведені в Додатку Б.

Результати опитування наведені на рис. 2.2-2.6

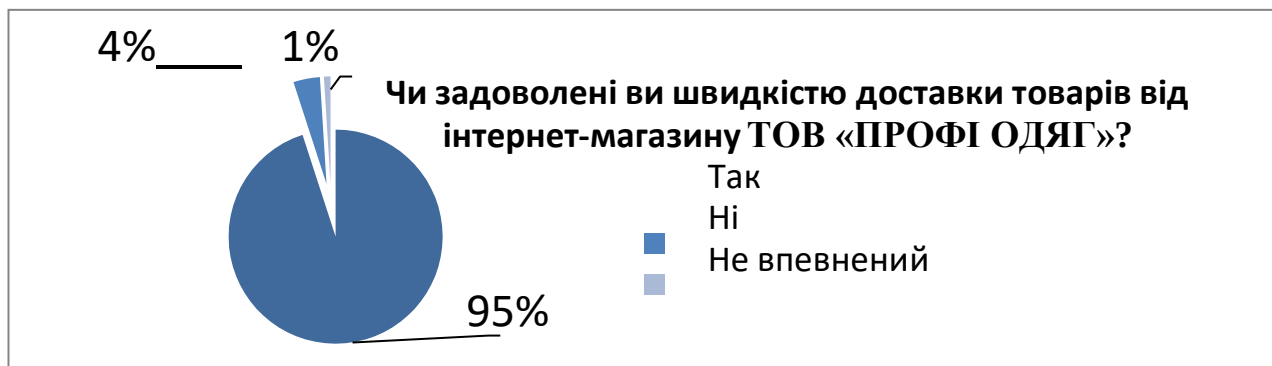


Рис. 2.2 Розподіл респондентів з приводу задоволення швидкістю доставки товарів та виробів від інтернет-магазину ТМ «PROFI ODYAG»

Джерело: побудовано на основі проведеного опитування.

Більшість респондентів (95%) зазначили, що повністю задоволені швидкістю доставки товарів від інтернет-магазину ТМ «PROFI ODYAG», що є позитивним показником, оскільки швидкість доставки є одним із найважливіших факторів, які клієнти враховують при виборі інтернет-магазину. Тому в майбутньому необхідно буде впроваджувати заходи,

спрямовані на підвищення швидкості доставки вантажів, наприклад, шляхом розширення географічної зони доставки, використання більш ефективних логістичних маршрутів або впровадження нових логістичних технологій.



Рис. 2.3 Розподіл респондентів з приводу задоволення надійністю доставки готових виробів від інтернет-магазину ТМ «PROFI ODYAG»

Джерело: побудовано на основі проведеного опитування.

Більшість респондентів (96%) зазначили, що повністю задоволені надійністю доставки товарів від інтернет-магазину ТМ «PROFI ODYAG». Це означає, що більшість клієнтів впевнені, що товари будуть доставлені в обумовлений термін без пошкодження. ТМ «PROFI ODYAG» має продовжити реалізацію заходів щодо підвищення надійності доставки вантажів, таких як використання якісних пакувальних матеріалів, організація інструктажів з техніки безпеки для персоналу служби логістики або впровадження системи відстеження доставки.

Однак слід зазначити, що 4% респондентів не зовсім задоволені надійністю доставки товарів від інтернет-магазину ТМ «PROFI ODYAG». Це означає, що деякі клієнти мали проблеми з товарами та виробами, пошкодженими під час транспортування. Основними проблемами, пов'язаними з пошкодженням товару під час доставки до ТМ «PROFI ODYAG», є:

- Погана упаковка товару – пошкодження під час транспортування.
- Недбалість працівників відділу логістики може призвести до

пошкодження товару під час навантаження, розвантаження або транспортування.

- Несприятливі умови транспортування, такі як вологість, можуть пошкодити товар.

Інтернет-магазин ТМ «PROFI ODYAG» повинен розробити заходи щодо усунення пошкоджень товару під час транспортування.

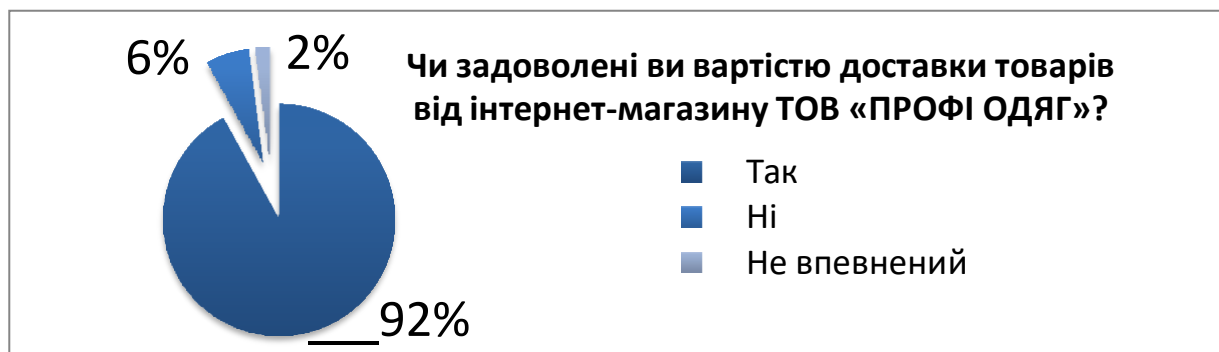


Рис. 2.4 Розподіл респондентів з приводу задоволення вартістю доставки подарункових сертифікатів від інтернет-магазину ТМ «PROFI ODYAG»

Більшість респондентів (92%) вказали, що їх повністю влаштовує вартість доставки товарів з інтернет-магазину ТМ «PROFI ODYAG». Вартість доставки респонденти вважають доступною та прийнятною. Інтернет-магазин повинен продовжувати вживати заходів для зниження вартості доставки товарів, наприклад, використовуючи більш ефективні логістичні маршрути або співпрацюючи з новими транспортними компаніями.

Однак слід зазначити, що 8% респондентів не зовсім задоволені вартістю доставки товарів з інтернет-магазину ТМ «PROFI ODYAG». Це означає, що для деяких клієнтів вартість доставки може бути високою. Основними причинами, чому клієнта не влаштовує вартість доставки, є:

- висока вартість доставки певних категорій товарів є основною причиною незадоволеності клієнтів. Це дуже впливає на процес організації логістичної діяльності, оскільки може призвести до зниження продажів і втрати клієнтів;

– також серйозною проблемою є вартість доставки, яка не відповідає якості послуг. Це помірно впливає на процес організації логістичної діяльності, оскільки може спричинити зниження лояльності клієнтів;

- Нестабільність транспортних витрат мало впливає на процес організації логістичної діяльності. Це може призвести до збентеження та розчарування одержувача, але не критично.

Загалом результати дослідження свідчать про ефективність логістичної діяльності ТМ «PROFI ODYAG». Більшість клієнтів задоволені швидкістю, надійністю та вартістю доставки. Проте, очікується, що інтернет-магазин продовжить реалізацію заходів щодо покращення логістики та задоволення потреб клієнтів.



Рис. 2.5 Розподіл респондентів з приводу виникнення проблем із доставкою товарів та виробів від інтернет-магазину ТМ «PROFI ODYAG»

Більшість респондентів (98%) відповіли, що не мали проблем з доставкою товарів інтернет-магазину ТМ «PROFI ODYAG». Тому слід продовжувати впроваджувати заходи щодо підвищення якості обслуговування споживачів, наприклад навчання працівників, логістичний сервіс, впровадження систем відстеження доставки або створення системи збору відгуків клієнтів. Однак варто зазначити, що 2% респондентів повідомили, що мають проблеми з термінами доставки, пошкоджені товари чи інші проблеми.

ТМ «PROFI ODYAG» повинен проаналізувати причини проблем з доставкою товарів та виробів, а також розробити заходи щодо їх усунення. Загалом результати дослідження свідчать про ефективність логістичної діяльності ТМ «PROFI ODYAG». У більшості клієнтів проблем з доставкою

товару не виникало. Однак інтернет-магазин все одно повинен впроваджувати заходи для підвищення якості обслуговування клієнтів і задоволення їх потреб.



Рис. 2.6 Розподіл респондентів з приводу оцінки рівня обслуговування клієнтів з боку логістичного відділу інтернет-магазину ТМ «PROFI ODYAG»

Більшість респондентів (87%) відзначають, що клієнтський сервіс відділу логістики інтернет-магазину ТМ «PROFI ODYAG» дуже хороший. Так, за даними опитування потенційних клієнтів інтернет-магазину ТМ «PROFI ODYAG», слід зазначити, що більшість клієнтів задоволені швидкістю, надійністю та вартістю доставки товару; частка клієнтів, у яких виникли проблеми з доставкою товару, незначна; рівень обслуговування клієнтів відділом логістики високий.

У цілому можна сказати, що логістична діяльність ТМ «PROFI ODYAG» ефективною та постійно вдосконалюється. Це дозволяє бізнесу задовольняти потреби клієнтів і бути конкурентоспроможним на ринку. Таким чином, ТМ «PROFI ODYAG» – це інтернет-магазин професійного одягу для закладів ресторанного господарства, закладів HoReCa, торговельних мереж та підприємств, які можна використовувати в мережах магазинів, представлених на сайті. Логістика є одним з ключових факторів успіху інтернет-магазину, оскільки впливає на такі важливі показники, як швидкість доставки, надійність доставки та вартість доставки.

2.2. Оцінювання ефективності процесу управління логістичним забезпеченням інтернет-магазину ТМ «PROFI ODYAG»

Важливим аспектом успіху є організація управління логістичною діяльністю інтернет-магазину. Ефективна логістика дозволяє інтернет-магазину швидко та якісно доставляти продукцію покупцям, що є одним із основних факторів, які впливають на рівень задоволеності покупців [5].

Організаційна структура служби логістики інтернет-магазину досить ефективна і дозволяє службі виконувати поставлені перед нею завдання та забезпечувати безперебійну доставку товарів клієнтам. Але для підвищення ефективності роботи відділу слід враховувати такі рекомендації, як збільшення чисельності відділу, автоматизація логістичних процесів, впровадження нових логістичних технологій. Організація логістичної діяльності інтернет-магазину ТМ «PROFI ODYAG» складається з трьох етапів (рисунок 2.7).

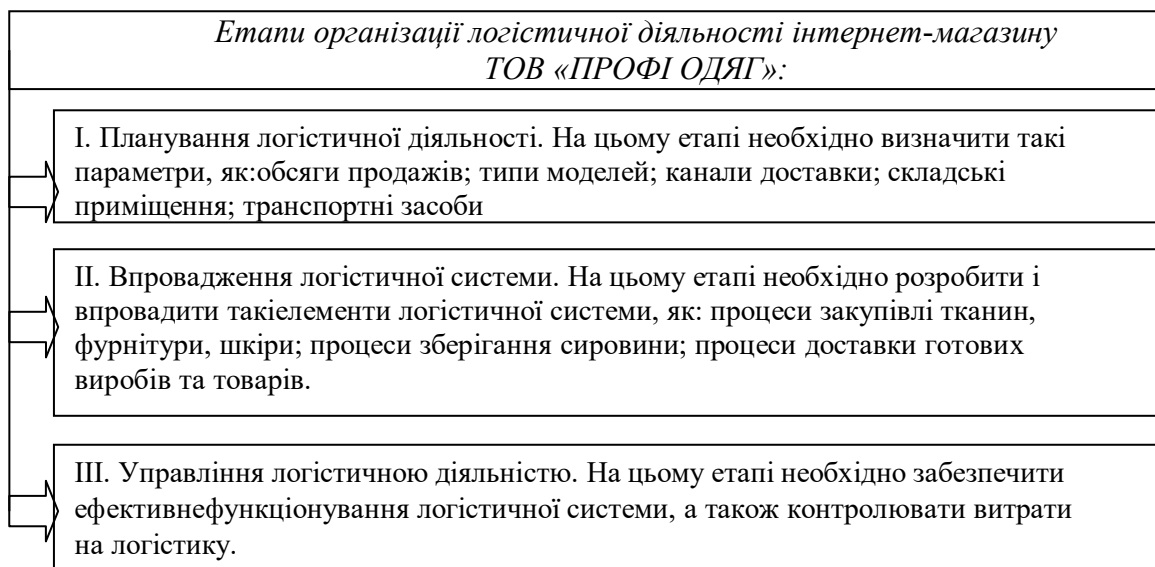


Рис. 2.7 Етапи організації логістичної діяльності інтернет-магазину ТМ «PROFI ODYAG»

На першому етапі планування логістичної діяльності повинні бути визначені такі параметри, як: обсяг продажів (дослідження ринку для оцінки потенційного попиту на товар); види виробів, моделі (ТМ «PROFI ODYAG»

пропонує різноманітний професійний одяг як за типовими моделями, так і з індивідуальним пошиттям із забезпеченням брендування); канали доставки (власна доставка ТМ «PROFI ODYAG», доставка кур'єром або Новою Поштою; самовивіз зі складу у м. Чернівці).

Для зберігання готових виробів і товарів підприємству необхідні склади, площа яких залежить від обсягу продажів. Для видачі готової продукції ТМ «PROFI ODYAG» може використовувати власний транспорт або послуги зовнішніх логістичних компаній [24].

На другому етапі впровадження логістичної системи необхідно розробити та впровадити елементи логістичної системи, такі як: процеси закупівлі сировини (пряма поставка виробникам або закупівля в оптовиків); процеси збереження сировини (необхідно розробити систему зберігання, яка забезпечує збереження сировини у належному стані); процес видачі готової продукції і виробів (система, яка гарантує швидку та безпечну доставку клієнтам на завершальному етапі логістичної діяльності, забезпечення ефективної роботи логістичної системи та контроль витрат на логістику). Для цього ТМ «PROFI ODYAG» має використовувати такі інструменти управління, як: система управління запасами; система управління постачанням; система контролю витрат [29, 24]

ТМ «PROFI ODYAG» може зменшити витрати на логістику за рахунок самовивозу. У такому випадку вироби не потрібно фізично доставляти клієнтам, що економить витрати на доставку. Це прискорює процес отримання товару для безпеки клієнта та навколишнього середовища. Партнерство з логістичними компаніями для видачі товарів та виробів заощаджує витрати на доставку; оптимізація процесів постачання та зберігання. Оптимізація процесів закупівлі та зберігання допомагає знизити витрати на ці процеси.

Логістичне забезпечення інтернет-магазину ТМ «PROFI ODYAG» включає наступні ключові елементи:

1. Придбання сировини (тканини, нитки, комплектуючі для швейних

машин, фурнітура для виробів – гудзики, заклепки, натуральна шкіра. Підприємство закуповує зазначену сировину у виробників або оптовиків.

2. Зберігання готової продукції: ТМ «PROFI ODYAG» зберігає готові вироби на складі.

3. Доставка готової продукції: ТМ «PROFI ODYAG» доставляє замовлені товари та вироби клієнтам.

ТМ «PROFI ODYAG» закуповує тканину у виробників або оптовиків. При закупівлі компанія враховує наступні фактори: якість тканини; щільність тканини (вогнетривкість). Зберігання відбувається на великому складі, де зберігаються всі придбані товари, що відносяться до категорії сировини та подарункові коробки. ТМ «PROFI ODYAG» пропонує такі канали доставки: кур'єром по Києву або Новою Поштою по Україні (доставка за адресою кур'єром Нової Пошти або самовивіз зі складу), а також доставка товарів та виробів на підприємство-замовник із примірками для персоналу. Для покращення логістичної підтримки ТМ «PROFI ODYAG» варто звернути увагу на забезпечення своєчасної та безпечної доставки готових виробів. У таблиці вказані витрати на використання маркетингових інструментів (платформ), необхідних для продажу готової продукції та виробів ТМ «PROFI ODYAG».

Таблиця 2.3

Витрати на використання інструментів збуту готових виробів

ТМ «PROFI ODYAG» за 2021-2023 рр. (тис. грн)

Витрати	2021	2022	2023	Відхилення 2023 до 2021
Інтернет-магазин	11	13	17	5
Соц.мережі	2	3	4	2
Реклама	5	6	7	2
SEO	1	1,5	2	1
Email-маркетинг	1	1,5	2	1
Загальна сума	29	32	40	11

Джерело: побудовано на основі внутрішньої документації ТМ «PROFI ODYAG»

За даними табл. 2.3 вартість користування інструментами продажу готових виробів та товарів ТМ «PROFI ODYAG» з кожним роком зростає. У 2023 році витрати сягнули 40 тис. грн., що на 11 тис. грн. більше, ніж у 2021 році. Найбільше зростання відбувається за рахунок витрат на рекламу та SEO, що пов'язано з тим, що бізнес розширює свою маркетингову діяльність і шукає нові шляхи охоплення цільової групи. Щоб ефективно використовувати маркетингові інструменти, бізнес повинен регулярно аналізувати результати маркетингових кампаній. Це допомагає зрозуміти, які канали продажів є найефективнішими і на які канали варто звернути увагу в майбутньому.

Підприємство також може розглянути можливість автоматизації певних маркетингових процесів, наприклад керування рекламою в соціальних мережах.

Це економить час і ресурси. Ефективно також працює матеріально-технічне забезпечення магазину, що дозволяє швидко та якісно виконувати замовлення. У таблиці 2.4. наведено динаміку витрат на організацію логістичної діяльності ТМ «PROFI ODYAG».

Таблиця 2.4

Динаміка витрат на організацію логістичної діяльності інтернет-магазину ТМ «PROFI ODYAG» за 2021-2023 рр. (тис. грн)

Витрати	2021	2022	2023	Відхилення 2023 до 2021
Закупівля сировини	15	17	20	5
Складування	5	6	7	2
Доставка	10	12	15	5
Всього	30	35	42	12

Джерело: побудовано на основі документації ТМ «PROFI ODYAG»

Відповідно до таблиці витрати на організацію логістичної діяльності інтернет-магазину ТМ «PROFI ODYAG» з кожним роком зростають. У 2023 році витрати склали 42 тис. грн., що на 12 тис. грн. більше, ніж у 2021 році. Найбільше подорожчає вартість організації сировини. У майбутньому інтернет-магазин планує розширити вибір тканин, розвивати логістику та

розширювати географічний простір продажів.

На малюнку. 2.8 представлена структура витрат на організацію логістичної діяльності інтернет-магазину ТМ «PROFI ODYAG» за період 2021-2023 рр. У структурі витрат на організацію логістичної діяльності інтернет-магазину ТМ «PROFI ODYAG» найбільша частка припадає на організацію придбання сировини (50% у 2021 році, 48,57% у 2022 році, 47,62% у 2023 році). Насправді магазин закуповує оптом, щоб забезпечити безперебійне постачання покупцям. У 2021 році придбання сировини становило 50% від загальної вартості логістики.

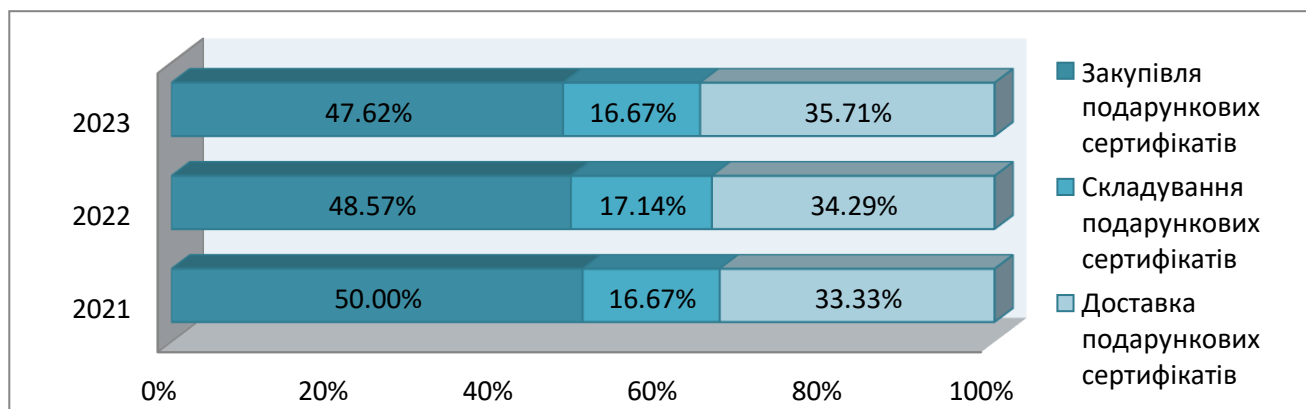


Рис. 2.8 Структура витрат на організацію логістичної діяльності інтернет-магазину ТМ «PROFI ODYAG» за 2021-2023 рр. (%)

Джерело: побудовано на основі документації ТМ «PROFI ODYAG»

Так, у 2022 році цей коефіцієнт зріс до 48,57%, а у 2023 році – до 47,62%, що пов'язано з розширенням вибору та збільшенням організації закупок сировини. З метою зниження витрат на закупівлі слід розглянути наступні заходи: шукати більш вигідних постачальників; укласти довгострокові договори з постачальниками; впроваджувати систему управління запасами. Ці заходи дозволяють бізнесу заощадити кошти та підвищити рентабельність логістичних операцій.

Використовуючи дані фінансової звітності ТМ «PROFI ODYAG» [24], проаналізуємо динаміку зміни товарообігу підприємства за 2021-2023 рр. (Рис. 2.9).

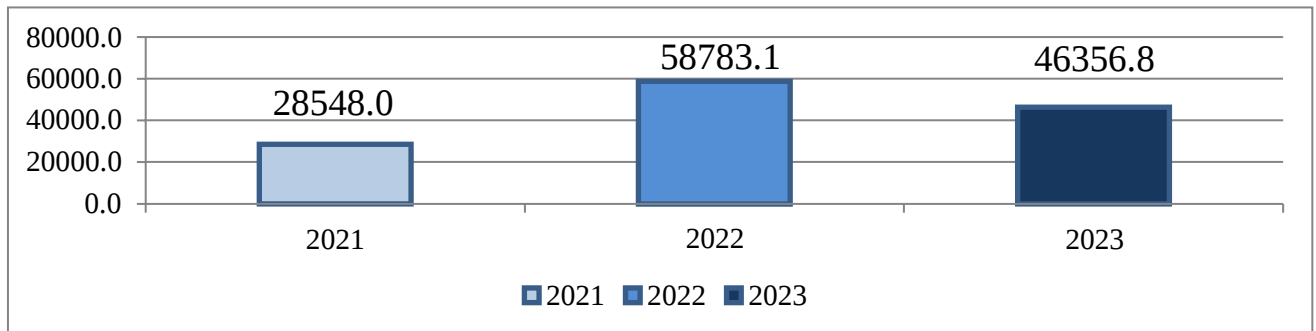


Рис. 2.9 Динаміка зміни товарообороту ТМ «PROFI ODYAG» за 2021-2023 рр., грн)

За 2021-2023 роки товарообіг ТМ «PROFI ODYAG» зріс на 17808,8 тис. грн., тобто 62,38%, що пояснюється кількома факторами, серед яких: зростання продажів (у 2023 році продажі зросли на 23,2% порівняно з 2022 роком); подорожчання товарів (ціни зросли на 15,2%); зміни в структурі продажів. Збільшення товарообігу є позитивним фактором для фінансового стану компанії та означає, що компанія генерує більше доходу, що може призвести до збільшення прибутку та підвищення фінансової стабільності.

Однак збільшення трафіку також може призвести до збільшення витрат, включаючи витрати на зберігання, транспортування та рекламу товарів.

Розглянемо динаміку товарообігу підприємства ТМ «PROFI ODYAG» за товарними групами за 2021-2023 рр., що зображено на рис. 2.10.

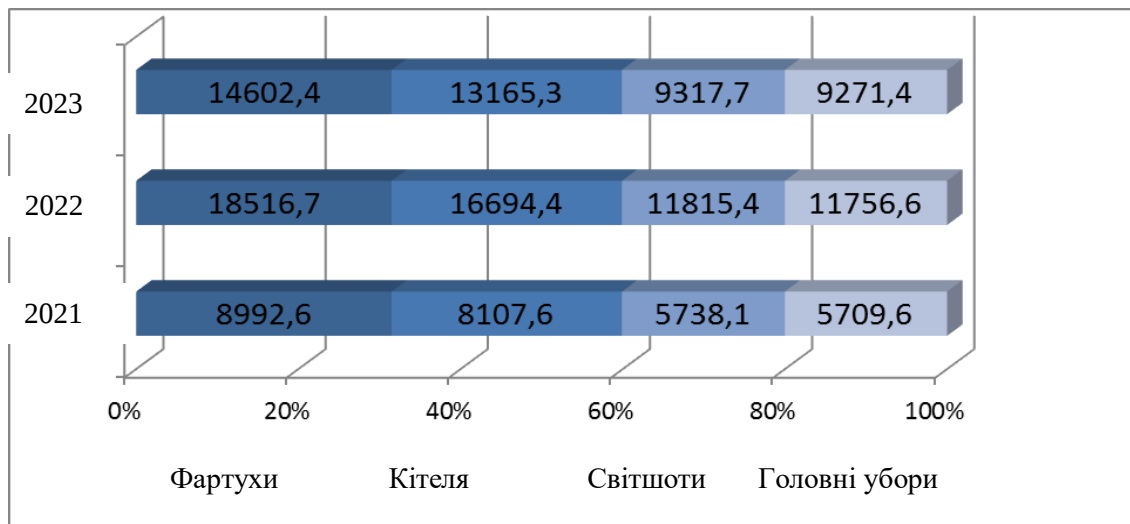


Рис. 2.10 Динаміка товарообороту ТМ «PROFI ODYAG»
по товарним групам за 2021-2023 рр. (тис. грн)

Відповідно до рис. 2.10 структура трафіку у 2023 році за групами товарів виглядає так: фартухи – 31,5%, кітеля – 28,4%, світшоти – 20,1%, головні убори – 9,0%. З 2021 року певний перерозподіл структури білінгу товарів пов'язаний із покращенням ситуації, пов'язаної із глобальною епідемією COVID-19 та поживавленням попиту на послуги сфери HoReCa.

Використовуючи дані фінансової звітності ТМ «PROFI ODYAG» [24], проаналізуємо динаміку зміни запасів підприємства у 2021-2023 рр. (рис. 2.11).

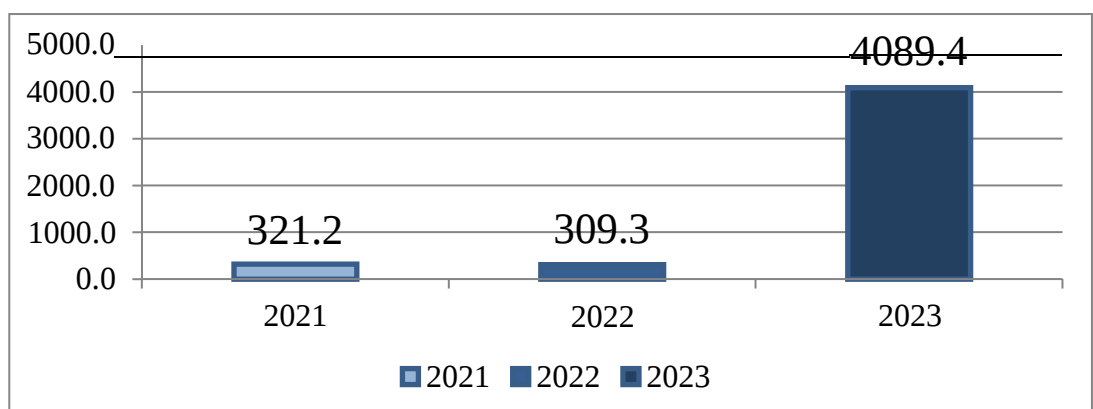


Рис. 2.11 Динаміка зміни товарних запасів ТМ «PROFI ODYAG»
(тис. грн)

Отже, за 2021-2023 роки обсяг товарно-матеріальних цінностей ТМ «PROFI ODYAG» збільшився на 3768,2 тис. Збільшення запасів сировини ТМ «PROFI ODYAG» можна пояснити кількома факторами, зокрема:

- Збільшення обсягу продажів. У 2023 році обсяг продажів зріс на 23,2% порівняно з 2022 роком, що призвело до збільшення запасів, необхідних для безперебійного виконання замовлень.

- Подорожчання сировини і матеріалів. У 2023 році ціни на сировину і матеріали, які використовує ТМ «PROFI ODYAG», зросли на 15,2%, що спричинило зростання собівартості запасів.

- Зміни в стратегії управління запасами. ТМ «PROFI ODYAG» може змінити свою стратегію управління запасами, щоб збільшити запаси та забезпечити безперебійну роботу в непередбачуваному середовищі.

Зростання акцій ТМ «PROFI ODYAG» має як позитивні, так і негативні наслідки для фінансового стану підприємства. З одного боку, збільшення запасів ТМ «PROFI ODYAG» може призвести до збільшення прибутку від реалізації, оскільки підприємство може реалізовувати продукцію за вищою ціною. З іншого боку, збільшення запасів ТМ «PROFI ODYAG» може призвести до збільшення витрат, оскільки підприємство зобов'язане оплачувати зберігання товару. Для ТМ «PROFI ODYAG» важливо ретельно стежити за рівнем запасів, щоб уникнути зайвих витрат. Підприємство має періодично аналізувати обсяг продажів, ціни на сировину та матеріали, а також стратегію управління запасами. оптимальні рішення щодо її рівня.

Відповідно до розглянутої в першій частині роботи методології ефективності логістичної діяльності проводимо розрахунки за 2022-2023 роки (табл. 2.5) на основі вихідних даних ТМ «PROFI ODYAG».

Таблиця 2.5

**Показники ефективності логістичної діяльності інтернет-магазину
ТМ «PROFI ODYAG»**

Показники ефективності логістичної діяльності		Рік		
		2021	2022	2023 (за 9 міс.)
Показники продуктивності	Кількість відвантажень на 1 працівника	1291,5	1422	1270
	Кількість скомплектованих замовлень на 1 працівника	1105	1070	1230
Показники ефективності	Оборот логістичних активів	1,53	1,55	1,51
	Частка логістичних витрат в структурі загальних витрат	0,43	0,41	0,39
Показник надійності	Надійність поставок	0,72	0,81	0,85
Показники гнучкості	Гнучкість замовлень	0,91	0,94	0,87

Таким чином, аналіз виконаних показників показує, що показники, що вказують на надійність і гнучкість поставок, потребують покращення, що свідчить про недостатню продуктивність праці працівників та проблеми з плануванням.

Однак, не зважаючи на невеликі проблеми у 2021-2023 роках діяльність ТМ «PROFI ODYAG» покращилася за більшістю показників, що можна пояснити наступними факторами: впровадження нових логістичних технологій, розширення географічної зони доставки, що дозволяє бізнесу ефективніше використовувати маршрутів, а також впровадження автоматизації в логістичні процеси: автоматизація процесу обробки замовлень клієнтів.

РОЗДІЛ 3. РОЗРБОКА РЕОМЕНДАЦІЙ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ ЛОГІСТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТМ «PROFI ODYAG»

3.1. Розробка плану ефективності логістичного забезпечення ТМ «PROFI ODYAG»

Нетипові умови ведення бізнесу, пов'язані з обмеженнями карантину COVID-19 та воєнним станом, змусили підприємство приділити більше уваги вдосконаленню, адаптації та розвитку логістичної системи [9, с. 27]. Адже логістика стала більш складною і непередбачуваною. ТМ «PROFI ODYAG» довелося пристосовуватися до нових умов, таких як: зміна попиту на товари та послуги, підвищення вартості логістичних послуг та зменшення доступності транспортних засобів. Розвиток логістичної системи дозволяє компанії ефективніше реагувати на зміни ринку, підтримувати конкурентоспроможність і підвищувати прибутковість. Здійснення розвитку логістичної системи – це інвестиція в майбутнє компанії, що уможливорює підвищення та зростання її конкурентоспроможності [33]. Масштабне вторгнення росії в Україну призвело до руйнування логістики та ланцюгів поставок, які десятиліттями розвивали вітчизняні підприємці.

Пріоритетним завданням є оптимізація бізнес-процесів інтернет-магазинів у сфері логістики, основними напрямками якої є: модернізація вхідних ресурсів на основі вдосконалення відносин з постачальниками; покращує внутрішню систему, у тому числі щодо персоналу; скоординована комунікація зі споживачами, гарантуючи, що вихідний потік товарів і послуг якомога точніше відповідає їхнім потребам. Парадигма цілісної логістики передбачає, що логістичні процеси необхідно розглядати в контексті загальної діяльності компанії [28].

Це означає, що логістика повинна бути інтегрована з іншими бізнес-функціями, такими як виробництво, маркетинг і продажі. Основними проблемами вітчизняних компаній є: закриття морських портів, через які

транспортувалося 75% зовнішньої торгівлі України; поява нових ризиків, пов'язаних з військовою діяльністю, таких як пошкодження інфраструктури, мінування доріг; збільшення витрат на логістичні операції [10, с. 35].

Для вирішення цих завдань необхідно реалізувати наступні напрямки розвитку логістики: відмова від збору великих партій товару, підвищення динамічності складських умов, ускладнення логістичних операцій, розширення логістичних ланцюжків, диверсифікація, чітка орієнтація на споживача, прогнозування попиту.

Логістична підтримка ТМ «PROFI ODYAG» досить ефективна, з широким вибором, трьома каналами доставки, систематично вдосконалює логістичну підтримку.

Слід зазначити, що істотним змінам у матеріально-технічному забезпеченні сприяють інновації: винаходи, технології та процедури. Це робить логістичні операції ефективнішими та ефективнішими. Ці інновації включають хмарну логістику, платформи аналітики ланцюжків поставок, більш широке використання баз даних і «зелену логістику». Етапи розвитку логістичного забезпечення всередині компанії можна побачити в таблиці. 3.1.

Таблиця 3.1

**Етапи вдосконалення логістичного
забезпечення в ТМ «PROFI ODYAG»**

Назва етапу	Характеристика
Аналіз існуючого стану логістичного забезпечення	Виявлення проблем та недоліків у поточному логістичному забезпеченні компанії.
Розробка концепції вдосконалення логістичного забезпечення	Визначення цілей та завдань вдосконалення, а також розробка заходів щодо їх реалізації.
Реалізація заходів вдосконалення логістичного забезпечення	Впровадження нових методів, технологій та інструментів у логістичну систему компанії.
Контроль та оцінка ефективності вдосконалення логістичного забезпечення	Моніторинг результатів впровадження заходів і визначення їх ефективності.

При аналізі існуючого стану матеріально-технічного забезпечення було проведено комплексний аналіз діючої логістичної системи підприємства, який включає вивчення наступних аспектів:

- структура логістичної системи;
- функції логістичної системи;
- технології, що використовуються в логістичній системі;
- персонал системи логістики;
- інфраструктура логістичних систем.

Метою аналізу є виявлення проблем і прогалин у поточному матеріально-технічному забезпеченні підприємства. За результатами аналізу поточної ситуації розробляється концепція вдосконалення матеріально-технічного забезпечення. У концепції мають бути визначені цілі та завдання розвитку, а також розроблені заходи щодо їх реалізації.

Цілями розвитку матеріально-технічного забезпечення можуть бути наступні:

- зниження логістичних витрат;
- підвищення ефективності логістичної системи;
- підвищення якості логістичного обслуговування.

Завдання, спрямовані на покращення матеріально-технічного забезпечення, можуть включати: впровадження нових методів управління логістикою; впровадження нових логістичних технологій; оптимізація логістичних процесів; розвиток логістичної інфраструктури.

На етапі реалізації заходів, спрямованих на вдосконалення матеріально-технічного забезпечення, необхідно реалізувати заходи, розроблені на етапі розробки концепції розвитку матеріально-технічного забезпечення. На етапі контролю необхідно відслідковувати результати виконання заходів, спрямованих на покращення матеріально-технічного забезпечення, та визначати їх ефективність. За результатами оцінки ефективності може знадобитися коригування заходів, спрямованих на покращення матеріально-технічного забезпечення.

Для підвищення ефективності матеріально-технічного забезпечення ТМ «PROFI ODYAG» особливо важливою є така спрямованість, як відмова від збору товарів у великих обсягах. Це тому, що під час війни існує ризик пошкодження або знищення майна. Крім того, накопичення великої кількості товарів може призвести до погіршення або погіршення їх якості. Також важлива диверсифікація логістичних маршрутів, що допомагає знизити ризики, пов'язані з пошкодженням або блокуванням окремих ліній. Крім того, диверсифікація маршрутів може допомогти знизити витрати на логістичні операції.

Не менш важливою є орієнтація на підвищення гнучкості логістичної системи, що дозволяє підприємству швидко адаптуватися до змін зовнішніх умов [18]. Логістичні рішення, з іншого боку, вимагають використання сучасних технологій та інформаційних систем для інтеграції всіх аспектів ланцюга поставок і включають: використання планування ресурсів підприємства (ERP, яке об'єднує бізнес-функції та процеси в єдиній централізованій системі), системи управління транспортуванням (TMS - оптимізує транспортні операції для планування маршруту, вибору перевізника, оптимізації вантажів і відстеження відправлення), системи управління складом (WMS – оптимізує складські операції з автоматизацією завдань операції) та електронний обмін даними (обмін документами – замовленнями на купівлю, рахунками-фактурами та повідомленнями про доставку), щоб забезпечити потік інформації в режимі реального часу та можливість пошуку в усьому ланцюзі поставок [12, 22, 32].

ТМ «PROFI ODYAG» – виробництво, а також інтернет-магазин професійного одягу, який пропонує різноманітну товарну лінійку, а також працює у напрямку налагодження співпраці та індивідуальне пошиття, підприємство має досить ефективну систему логістики, яка забезпечує безперебійну доставку готової продукції клієнтам. З метою підвищення ефективності роботи логістичної служби ТМ «PROFI ODYAG», розглянута на рис. 3.1 [16, 34].

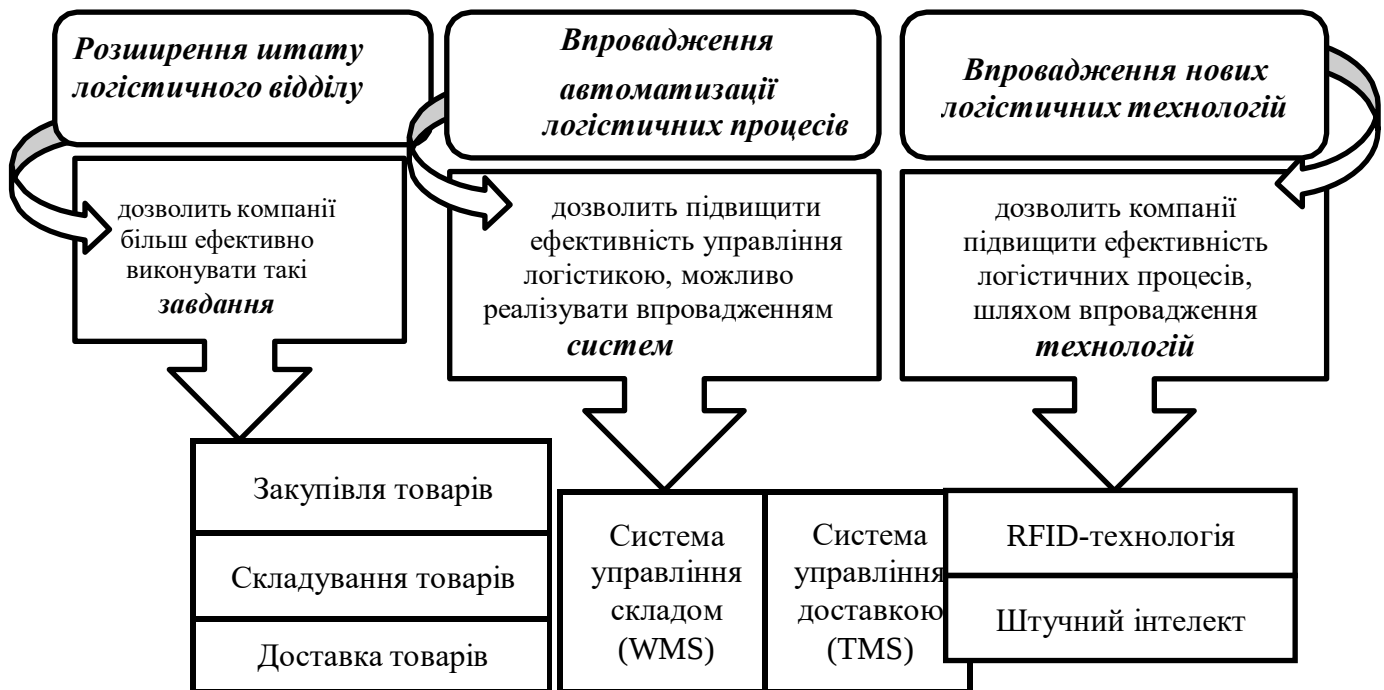


Рис. 3.1 Заходи задля підвищення ефективності роботи логістичного відділу ТМ «PROFI ODYAG»

Джерело: згруповано автором [16, 34].

Збільшення штату відділу логістики дозволяє ТМ «PROFI ODYAG» більш ефективно виконувати такі завдання, як:

- закупівля сировини, дозволяючи компанії швидше та ефективніше отримувати замовлення від постачальників;
- зберігання готової продукції, підрахунок та прогнозування попиту, а відповідно планування запасу;
- планувати діяльність підприємства з урахуванням відсутності потреби у зберіганні виробів.

Доставка подарункових карток, за допомогою якої компанія може доставити подарункові картки своїм клієнтам швидше та ефективніше.

Впровадження автоматизації логістичних процесів дозволяє компанії підвищити ефективність управління логістикою. Це можна зробити шляхом впровадження таких систем, як [16]:

- Система управління складом (WMS) дозволяє компанії автоматизувати такі процеси, як: надходження сировини на склад; розмістити

сировину за номенклатурою на складі; підготовка готової продукції та виробів до відправлення; надсилання замовлених товарів та виробів клієнтам.

- Система управління поставками (TMS) дозволяє компанії автоматизувати такі процеси, як: планування маршрутів доставки, підготовка накладних, відстеження поставок.

Впровадження нових логістичних технологій дозволяє ТМ «PROFI ODYAG» підвищити ефективність логістичних процесів. Це досягається шляхом впровадження таких технологій, як: технологія RFID (Radio Frequency Identification) дозволяє ТМ «PROFI ODYAG» автоматизувати процес відстеження готових відшитих виробів під час доставки.

III можна використовувати для таких завдань, як: прогнозування попиту на готові вироби та відшиті товари; оптимізація маршрутів доставки. Крім того, можливе зберігання іншої моделі автоматичного керування та автоматичних вертикальних поставок, що є чудовим рішенням для оптимізації логістичних операцій[16,34,30].

Метою запропонованого плану є посилення матеріально-технічного забезпечення ТМ «PROFI ODYAG» підвищення ефективності матеріально-технічного забезпечення ТМ «PROFI ODYAG» покращує якість, швидкість та ефективність логістичних процесів.

Завдання запропонованого плану вдосконалення матеріально-технічного забезпечення ТМ «PROFI ODYAG»:

- збільшення чисельності персоналу відділу логістики,
- автоматизація логістичних процесів, впровадження нових логістичних технологій.

Термін виконання запропонованого плану покращення матеріально-технічного забезпечення ТМ «PROFI ODYAG»: 2025-2026 роки.

Покращення управління запасами

- Мінімізація ризику вичерпання запасів та забезпечення їх належного рівня

Розширення мережі пунктів видачі готової продукції

- Зручність доступу клієнтів до готової продукції

Автоматизація обробки та відстеження замовлень

- Підвищення швидкості та точності обробки та доставки замовлень

Забезпечення стійкості ланцюжка постачання

- Мінімізація ризику перерв у постачанні і забезпечення надійності логістичної системи

Оптимізація доставки подарункових сертифікатів

- План передбачає зниження витрат на доставку, підвищення швидкості доставки готових виробів та вдосконалення системи логістики.

Рис. 3.2. Характеристика плану ефективності логістичного забезпечення в ТМ «PROFI ODYAG»

Джерело: розроблено автором.

Реалізація плану [22, 32]:

I. Розширення персоналу служби логістики. Для підвищення ефективності логістичних процесів необхідно збільшити чисельність персоналу відділу логістики.

Це дозволяє компанії ефективніше виконувати такі завдання, як придбання сировини за номенклатурою, доставка готових виробів без складування.

II. Впровадження автоматизації логістичних процесів дозволяє ТМ «PROFI ODYAG» підвищити ефективність управління логістикою. Це можна зробити шляхом впровадження таких систем, як: Warehouse Management System (WMS), Supply Chain Management System (TMS).

III. Впровадження нових логістичних технологій дозволяє ТМ «PROFI ODYAG» підвищити ефективність логістичних процесів. Цього можна досягти за допомогою таких технологій, як: технологія RFID та

штучний інтелект. Очікувані результати плану розвитку логістики, розробленого ТМ «PROFI ODYAG»»: підвищення якості логістичних послуг, скорочення часу доставки подарункових ваучерів, скорочення витрат на логістику.

ARC. ТМ «PROFI ODYAG» з метою контролю за виконанням плану ефективності логістики необхідно регулярно проводити такі заходи, як: контроль якості надання логістичних послуг; аналіз умов доставки готових виробів; Аналіз витрат на логістику [6].

Тому реалізація Плану ефективності логістики ТМ «PROFI ODYAG» дозволяє компанії підвищити ефективність логістичних процесів і забезпечити високу якість логістичних послуг. Розвиток логістичного забезпечення ТМ «PROFI ODYAG» дозволяє підвищити ефективність логістичних процесів і забезпечити високу якість логістичних послуг.

3.2. Шляхи оптимізації процесу логістичного забезпечення ТМ «PROFI ODYAG»

З метою покращення процесу логістичного забезпечення в досліджуваній компанії ми рекомендуємо модернізацію програмного забезпечення у сфері логістики, підвищення рівня підготовки персоналу компанії та появу нових ринків збуту. Модернізація логістичного програмного забезпечення дозволяє компанії автоматизувати логістичні процеси, підвищуючи ефективність і скорочуючи витрати. Підвищення рівня підготовки персоналу компанії гарантує краще функціонування логістичних операцій. Вихід на нові ринки збуту дозволяє компанії збільшити обсяг продажів, а отже, і доходи [43].

Логістична діяльність — це насамперед набір заходів, які керують рухом матеріальних потоків через глобальну мережу поставок. Мета полягає в тому, щоб мінімізувати витрати та збільшити прибуток, зберігаючи при цьому високий рівень обслуговування клієнтів. Більшість компаній намагаються

розробити власну систему доставки за принципом «точно вчасно» та «від дверей до дверей», щоб доставка була швидкою та надійною, надійною та своєчасною, але це призводить до збільшення викидів, шкідливих для атмосфери.

Наразі «зелена логістика» є вимогою міжнародних стандартів і впливає на імідж компанії та виживання на ринку, тому компанії постійно змушені розвивати відповідальну та екологічно чисту діяльність, а відповідальність за забруднення навколишнього середовища є важливою змінною. конкурентні сценарії «Зелені технології» в логістиці мають високу ціну [44].

Адаптація системи Jungheinrich WMS дозволяє ТМ «PROFI ODYAG» отримати наступні переваги: оптимізація прийому, зберігання та доставки товарів; зниження витрат на зберігання; покращити контроль запасів; підвищує ефективність логістики в цілому. Застосування концепції «крос-докінг» дозволяє компанії: скоротити час перебування товару на складі; знижує витрати на зберігання; покращити обслуговування клієнтів. Визначення послідовності впровадження концепції крос-докінгу та розробка алгоритму є важливим кроком, який дає можливість компанії успішно реалізувати проект [14, 43, 20].

Таблиця 3.2. чітко демонструє переваги концепції крос-докінгу порівняно з традиційною системою «точно вчасно». Завдяки концепції «крос-докінг» компанія може скоротити час перебування товару на складі, а також витрати на зберігання, що дає змогу компанії підвищити рівень обслуговування клієнтів і забезпечити свою конкурентоспроможність.

Впровадження вдосконалень в логістичну систему досліджуваного підприємства дозволяє підвищити ефективність і конкурентоспроможність. Концепція «точно вчасно» має багато переваг перед традиційним управлінням запасами. Це дає можливість підвищити рівень обслуговування клієнтів, забезпечуючи своєчасну та точну доставку продукції.

Таблиця 3.2

Порівняння концепцій «точно в термін» і традиційного менеджменту
запасів для ТМ «PROFI ODYAG»

Критерій	Традиційний менеджмент запасів	«Точно в термін»
Ціль	Мінімізація витрат на запаси	Оптимізація рівня обслуговування клієнтів
Концепція	Постійний запас	Постійний попит
Запаси	Забезпечують безперебійність поставок	Забезпечують виконання замовлень клієнтів
Управління запасами	Виходячи з попиту	Виходячи з прогнозу попиту
Ризики	Недостатність запасів	Надлишок запасів
Переваги	Низькі витрати на запаси	Високий рівень обслуговування клієнтів
Недоліки	Можливі дефіцити	Можливі надлишки

Однак ця концепція також передбачає кілька ризиків, таких як можливе надлишок запасів [27]. Для ТМ «PROFI ODYAG» «точно вчасно» може бути більш прийнятним, ніж традиційне управління запасами, оскільки дозволяє компанії забезпечити своєчасну доставку подарункових карток клієнтам, підвищуючи якість обслуговування та конкурентоспроможність.

Проте успішна реалізація цієї концепції потребує реалізації ряду заходів, таких як: підвищення рівня підготовки персоналу, відповідального за управління запасами; впровадження нових технологій, що дозволяють автоматизувати процеси управління запасами; Розробка ефективних систем прогнозування попиту. Реалізація цих заходів дозволяє компанії знизити ризики, пов'язані з впровадженням концепції «точно вчасно». Пропоновані витрати на впровадження концепції «точно вчасно» ТМ «PROFI ODYAG» наведені в таблиці. 3.3.

Таблиця 3.3

Заплановані витрати на впровадження концепції «точно в строк» для ТМ «PROFI ODYAG» (тис. грн)

Критерій	2025	2026	Відхилення 2026 до 2025
Витрати на навчання персоналу	100	200	100
Витрати на закупівлю обладнання	500	1000	500
Витрати на розробку та впровадження систем управління запасами	200	400	200
Загальні витрати	800	1600	800

Джерело: розраховано автором.

Очікувані витрати на реалізацію концепції «точно вчасно» ТМ «PROFI ODYAG» у 2026 році складають 1 600 000 грн., що на 800 тис. грн. більше, ніж у 2025 році. Це пов'язано з тим, що у 2026 році компанія планує вжити додаткових заходів для реалізації концепції, таких як навчання персоналу роботі з новими системами управління складом та придбання додаткового обладнання. Різниця у витратах за 2026-2025 роки за окремими статтями витрат становить: витрати на персональне навчання – 100 тис. грн.; вартість придбання обладнання: 500 000 грн.; Витрати на розробку та впровадження систем управління складом: 200 000 грн. ТМ «PROFI ODYAG» повинна оцінити, чи виправдані ці додаткові витрати, виходячи з очікуваних результатів впровадження концепції «точно вчасно».

На нашу думку, витрати, запропоновані ТМ «PROFI ODYAG» для впровадження концепції, виправдані, оскільки це покращує стандарти обслуговування клієнтів, знижує витрати на запаси та підвищує ефективність логістики. Зокрема, реалізація концепції дає змогу: підвищити рівень обслуговування споживачів шляхом своєчасної та точної доставки товарів; знизити витрати на запаси за рахунок зменшення надлишкових рівнів запасів; підвищення ефективності логістики за рахунок скорочення термінів виконання замовлень і збільшення використання транспортних засобів.

Таким чином, заплановані витрати являють собою інвестицію в майбутнє компанії, яка допомагає підвищити конкурентоспроможність і забезпечити зростання бізнесу.

У таблиці наведено очікуваний дохід ТМ «PROFI ODYAG» від впровадження концепції «точно вчасно» 3.4.

До 2026 року ТМ «PROFI ODYAG» передбачає дохід від продажів у розмірі 4100000 грн. для реалізації бажаної концепції. грн., що на 2400 тис. грн. більше, ніж у 2025 р. , оскільки компанія планує забезпечити вищий рівень обслуговування клієнтів, знизити витрати на запаси та підвищити ефективність логістики.

Таблиця 3.4

**Заплановані доходи від впровадження концепції «точно в строк»
для ТМ «PROFI ODYAG» (тис. грн)**

Критерій	2024	2026	Відхилення 2026 до 2025
Доходи від підвищення рівня обслуговування клієнтів	1000	3000	2000
Доходи від зниження витрат на запаси	500	1500	1000
Доходи від підвищення ефективності логістики	200	600	400
Загальні доходи	1700	4100	2400

Джерело: розраховано автором.

Різниця в доходах за період 2026-2025 рр. за даними обліку доходів фізичних осіб становить: дохід від підвищення рівня обслуговування клієнтів: 2000000 грн.; дохід від зменшення витрат на зберігання: 1000000 грн.; дохід від підвищення ефективності логістики - 400 000 грн.

Очікуваний дохід, таким чином, є інвестицією в майбутнє компанії, що дозволяє підвищити конкурентоспроможність і забезпечити зростання компанії, що пов'язано з такими факторами: зростання продажів, зниження витрат, впровадження нових технологій, розширення продажів. на ринку.

Для досягнення запланованого прибутку ТМ «PROFI ODYAG» необхідно вжити заходів щодо реалізації цих факторів.

У додатку D представлені ризики, що виникають під час реалізації концепції «точно вчасно», а також шляхи їх мінімізації або усунення. Для успішної реалізації концепції та досягнення бажаних результатів важливо мінімізувати ризики [19].

Проведено оцінку економічної ефективності запропонованих інструментів з метою оптимізації матеріально-технічного забезпечення ТМ «PROFI ODYAG».

Щоб розрахувати рентабельність реалізації концепції, необхідно порівняти витрати та вигоди, пов'язані з реалізацією. Рентабельність своєчасного впровадження дорівнює різниці між доходом і витратами на впровадження, поділеним на загальну вартість впровадження:

$$BP = \frac{4100 - 1600}{1600} = 137,5\% , \quad (3.1)$$

Для розрахунку скоригованого чистого доходу (ЧПД) необхідно порівняти скориговані значення витрат і вигод, пов'язаних із впровадженням концепції «точно вчасно» за такою формулою:

$$\text{ЧПД} = \frac{\text{Доходи від впровадження} - \text{Витрати на впровадження}}{1 + \text{Ставка дисконтування}} , \quad (3.2)$$

$$\text{ЧПД} = \frac{4100 - 1600}{1 + 0,1} = 2500 \text{ тис. грн} , \quad (3.3)$$

Для розрахунку індексу дохідності (ІД) необхідно поділити чистий приведений дохід на початкові інвестиції:

$$ID = \frac{2500}{1600} = 1,56 , \quad (3.4)$$

Для розрахунку терміну окупності (ТО) необхідно поділити початкові інвестиції на чистий приведений дохід:

$$TO = \frac{1600}{2500} = 0,64, \quad (3.5)$$

Отже, рентабельність реалізації концепції ТМ «PROFI ODYAG» становить 137,5%, що є дуже високим показником і означає, що компанія отримує більше доходу від реалізації концепції, ніж між витратами. Вартість реалізації концепції ТМ «PROFI ODYAG» становить 2 500 000 грн., а індекс рентабельності становить 1,56, що свідчить про надмірну окупність початкових інвестицій. Розрахунок терміну окупності показує, що компанія амортизує початкові інвестиції не більше ніж за 8 місяців. Тому реалізація концепції є виправданою для ТМ «PROFI ODYAG».

Таким чином, з розрахунків можна зробити наступні висновки: застосування концепції «точно вчасно» у випадку досліджуваної компанії є виправданим з економічної точки зору та представляє хорошу можливість підвищити конкурентоспроможність і гарантувати зростання.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

На підставі проведених досліджень можна зробити такі висновки:

1. Ми систематизували попередні трактування визначення логістичної діяльності та визначили її як окремий напрям господарської діяльності, який пов'язаний з управлінням та організацією матеріальних потоків та інформації про перехід від процесу виробництва до споживання. проведення логістичних операцій. Приділено увагу теоретичним основам організації матеріально-технічного забезпечення підприємств електронної комерції, які базуються на аналізі наукових джерел, зокрема елементів логістичної системи, організаційних форм, логістичних рішень та управлінських орієнтацій матеріально-технічного забезпечення. . Визначено компанії, які займаються електронною комерцією. Розглянуто оціночні показники за методикою, що визначає ефективність логістичної діяльності.

2. Аналіз фінансово-економічного стану ТМ «PROFI ODYAG», а також практики організації логістичної діяльності дав змогу зробити висновок, що організаційна структура логістичної служби є ефективною та дозволяє службі виконувати свої завдання та забезпечити безперебійне обслуговування. доставки товарів клієнтам, але потребує вдосконалення, щоб залишатися конкурентоспроможними в поточний час. Основний асортимент і його характеристики, основні інструменти продажу та опитування клієнтів були проведені для оцінки якості логістичної діяльності компанії, пов'язаної зі швидкістю, надійністю і вартістю доставки товарів свідчить про задоволеність клієнтів.

3. Оскільки організація логістичної діяльності інтернет-магазину відіграє ключову роль, визначено етапи організації та оцінено ефективність організації логістичного забезпечення ТМ «PROFI ODYAG». Розраховано вартість використання інструментів продажу. Проаналізовано динаміку та структуру організаційних витрат на логістичну діяльність, динаміку зміни запасів, що дало змогу визначити показники ефективності логістичної

діяльності ТМ «PROFI ODYAG» за методикою 2021-2023 рр.

За цими показниками можна зробити висновок, що динаміка зазнає позитивних змін, але потребує покращення відповідно до сучасних змін.

4. Визначаємо основні напрямки оптимізації логістичної діяльності, найпоширеніші проблеми інтернет-магазинів, роль інновацій у логістичному забезпеченні компаній. План розвитку логістики складено з урахуванням нових умов і актуальних викликів: основні етапи, заходи, цілі, завдання, терміни їх виконання та ефективність логістичних процесів ТМ «PROFI ODYAG» та якість послуг.

5. З метою оптимізації логістичного забезпечення електронної комерції компанії в планах – модернізація програмного забезпечення в області логістики, підвищення кваліфікації співробітників, вихід на нові ринки збуту. Зокрема, досліджено та аргументовано необхідність реалізації концепції «Точно вчасно» для ТМ «PROFI ODYAG» проведено оцінку економічної ефективності запропонованих інструментів оптимізації матеріально-технічного забезпечення, що підтверджує доцільність впровадження з економічної точки зору.

Для підвищення якості, швидкості та ефективності логістичних процесів ми визначаємо ТМ «PROFI ODYAG» як необхідну:

- збільшення штату відділу логістики з метою підвищення ефективності процесів та якості виконання завдань;
- впровадити автоматизацію логістичних процесів із системою управління складом і транспортом;
- впровадження нових логістичних технологій: технології RFID та штучного інтелекту;
- необхідно проводити системні заходи щодо контролю за виконанням плану ефективності матеріально-технічного забезпечення.

Таким чином, впровадження запропонованого плану та методи оптимізації будуть покращені та позитивно вплинуть на ефективність діяльності досліджуваного підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алькема В.Г. Логістична діяльність організацій та її системна де композиція: зб. наук. пр. Серія Економіка. Вип 3. 2014. С.148-156.
2. Андрієнко, Б. Я. Оцінка ефективності логістичної діяльності підприємства : дип. роб. бак. Київ, 2019. С. 103.
3. Багорка М., Ільченко Т., Кравець О. Місце логістичного менеджменту в системі управління підприємством. Економіка та суспільство, 53. 2023. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-40>
4. Бойко В. В., Гуцуляк О. О., Герасименко В. В. Логістичне забезпечення інтернет-магазину ТОВ «Бодокарта»: аналіз та рекомендації. Збірник наукових праць «Економіка та управління». 2023. Випуск 32. С. 33-40.
5. Бойчик І., Спьяк Г., Волошин О. Теоретико-організаційні аспекти оптимізації діяльності торговельних підприємств на засадах логістики. 2020. DOI: <https://doi.org/10.35774/visnyk2020.03.156>
6. Болдирєва Л.М. Європейський досвід впровадження смарт-технологій в управлінні логістичними процесами. Економіка та держава : міжнародний науково-практичний журнал. 2020. С. 39-43.
7. Бурліцька О. П. Сутність трейд-маркетингу як основного інструменту стимулювання збуту. Галицький економічний вісник. 2023. Том 83. № 4. С. 122–129. DOI: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2023.04.122
8. Головчак Ю. В., Куцька К.С., Залецька І.О., Прокопець Л.В. Особливості та економіка електронної торгівлі: досвід для України в умовах економічної нестабільності. 2023. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.7755289>
9. Гуцуляк О. О., Бойко В. В., Герасименко В. В. Інноваційні підходи до управління логістичним забезпеченням інтернет-магазинів. Збірник наукових праць «Економіка та управління». 2023. Вип. 31. С. 26-32.
10. Завербний А., Двудіт З., Вуєк Х. Особливості формування логістичних ланцюгів в умовах війни та у післявоєнний період. Економіка та

суспільство. 2022. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-54>

11. Ільницький А. Email-маркетинг в системі маркетингових інструментів впливу на поведінку споживача. Актуальні проблеми маркетингового менеджменту. Виклики сьогодення. 2022. С. 193-195.

12. Кабанець І. А. Визначення основних логістичних підходів до управління інноваційними процесами машинобудівним підприємством. Ефективна економіка. 2013. №11.

13. Ковальська Л.Л. Логістичний менеджмент: конспект лекцій. Луцьк: РРВВ Луцького НТУ, 2016. С. 19-20.

14. Колодійчук А. В Інструментарій програмного забезпечення для вирішення задач логістичного аналізу і моделювання. Логістика майбутнього: ефективні рішення для торгівлі. 2019. С. 110-112.

15. Коніщева Н.Й., Трушкіна Н.В. Управління логістичною діяльністю промислових підприємств. Економіка промисловості. 2005. № 1. С. 116.

16. Кравець О.В. Роль діджиталізації в логістичному бізнесі. Проблеми та перспективи реалізації та впровадження міждисциплінарних наукових досягнень. 2022. С. 42-47. DOI: <https://doi.org/10.36074/mcnd-04.11.2022>

17. Кравченко М.О., Манорик Г.О. Концепції логістики електронної комерції підприємств. Науковий погляд: економіка та управління. 2019. DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2019-1-63-17>

18. Кравченко М.О., Манорик Г.О. Формування системи логістики на підприємствах електронної комерції. Приазовський економічний вісник. 2018.

19. №. С.57-61. DOI: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2018/1_06_uk/12.pdf.

20. Кривогубова І.М. Переваги та недоліки логістичної концепції «just in time». Сучасні проблеми науки. Київ, 2021. С. 56-58.

21. Лазоренко Т.В., До ТХІ Мінх Тхао, Концептуальні засади організації управління бізнес-процесами сучасних логістичних систем. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2019. С.148-150.

22. Лихолат С. М., Нев'ядомський Р.І. Теоретичні аспекти управління логістичною діяльністю підприємства. Наукові записки Львівського університету бізнесу і права. 2022. DOI: <https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/640/587>
23. Манорик Г. О. Управління логістичним забезпеченням системи електронної комерції промислових підприємств: дис. 2022. DOI: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/54664/1/Manoryk_dys.pdf
24. Окландер М.А. Логістика: підручник. Київ, 2008. 346 с.
25. Офіційний сайт інтернет-магазину PROFІ ODYAG
26. Петренко О.І. Логістика електронної комерції: поняття та форми. 2019. С. 117-119. DOI: <https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/821cc3af38edb786486730ac715cb8b9.pdf#page=117>
27. Петрик І.В., Яворська М. Основні характеристики стратегічної моделі управління запасами «Якраз вчасно». Сучасні проблеми економіки та управління підприємствами України в умовах європейської інтеграції. 2016. С. 167-168.
28. Попело О., Ткаченко Т. Стратегія ефективного функціонування логістичної системи підприємства в контексті забезпечення економічної безпеки. 2023. DOI: <https://doi.org/10.53920/ES-2023-2-2>
29. Прокопенко Т. В. Аналіз логістичної діяльності підприємства: роб. на здоб. квал. ступ. бак. Суми. 2022. 41 с.
30. Резнік, Н., Іванець, І. Використання RFID-технології в області логістики та управління ланцюгами постачань. Переваги та недоліки використання технології. 2022. С. 76-81. DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2022-2-102-15>
31. Синявська О. О. Електронна торгівля в Україні: тенденції та перспективи розвитку. Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. 2019. С. 126–132.
33. Скриньковський Р. М. Діагностика логістичної діяльності підприємства: теор.- мет. асп. Молодий вчений: науковий журнал. 2015. №3.

С. 48-51.

34. Сохацька О. М. Логістична діяльність підприємства в умовах глобалізації.

35. Вісник КНУТД. Серія: Економічні науки. 2020. С. 76 – 84.

36. Ступак Г.В. Технології RFID в контексті вирішення логістичних задач. Форум «ТАК». ДонНТУ, Луцьк, 2022. С. 62-64 DOI:

37. <http://ea.donntu.edu.ua/bitstream/123456789/33819/1/Stupak-62-64.pdf>

38. Сумець О.М. Логістичні системи і ланцюги поставок: навч. посібник. Київ, 2012. 220 с..

39. Ткачова А.В. Теоретична сутність логістичної діяльності підприємства. 2011.

40. С. 98-99. DOI: www.ed.ksue.edu.ua/ER/knt/e112_58/u112tkac.pdf

41. Тридід О. М., Азаренкова О. М., Мішина С. В., Борисенко І. І. Логістика: навч. пос. Київ: Знання, 2008. 566 с.

42. Чірах О.Г. Використання інструментів електронної комерції в міжнародному бізнес-середовищі. 2023. DOI: <http://ir.nmu.org.ua/handle/123456789/164105>

43. Чорнописька Н.В. Методичні підходи до оцінювання логістичної діяльності підприємства. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Логістика». 2008. № 623. С. 266

44. Чухрай Н. І. Розвиток логістики в умовах Е-економіки. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2008. № 623. С. 272.

45. Шевцова Ю. М. SEO оптимізація сайту електронної комерції. 2022. 85 с. DOI: <https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/57130>

46. Шульц С. Л. , Луцків О. М. Проблеми функціонування транспортної інфраструктури та логістики України в умовах воєнного часу. Регіональна економіка. 2022. DOI: <https://doi.org/10.36818/1562-0905-2022-2-9>

47. Щур М.О., Гречковська А.І. Ризики реалізації концепції "just in time" в період карантинних обмежень. Сучасні проблеми науки. Київ, 2021. С.

88-89

48. Charisios A., Bochtis D., Aidonis D., Folinas D. Green Supply Chain Management. 2018. C. 10-19.

49. Ovum. The Future of E-commerce: The Road to 2026. DOI: <https://www.criteo.com/es/wpcontent/uploads/sites/8/2017/09/ovum-the-future-of-e-commerce-the-road-to-2026.pdf>

50. Prokopenko O. Internet banking market of the future: formation and development. FuturityEconomics&Law. 2021. DOI: <https://doi.org/10.57125/FEL.2021.03.25.4>

ДОДАТКИ

Додаток А

Вихідні дані показників логістичної діяльності інтернет-магазину «PROFI ODYAG» 2021-2023 рр.

Показник	Рік		
	2021	2022	2023
Кількість відвантажених замовлень	2385	4266	4680
Кількість вантажників	2	3	4
Кількість скомплектованих замовлень	2410	4280	4880
Кількість комплектувальників	2	4	4
Чиста виручка з продаж	7793,5	9256,8	7983,8
Середня вартість логістичних активів	5447,2	5980,5	5296,3
Загальні логістичні витрати	2633,5	3745,3	3479,1
Сумарні витрати на виробництво та реалізацію продукції	7944,3	9223,9	8796,2
Кількість вчасно виконаних замовлень	1975	3468	4118
Загальна кількість замовлень	2395	4293	4720
Кількість виконаних спеціальних замовлень	195	795	718
Кількість спеціальних замовлень	240	947	810

Джерело: показники на основі внутрішньої документації підприємства

Проблеми логістичної діяльності,
виявлені у ТМ «PROFI ODYAG»

