

УДК 658:7

Л.М. Гурч

Міжрегіональна академія управління персоналом

## ВПЛИВ ЛОГІСТИКИ НА РОЗВИТОК ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

© Гурч Л.М., 2003

Розглянуто поняття електронної комерції, Інтернет-торгівлі; уповільненого розвитку Інтернет-торгівлі в Україні, показано основні причини такого стану, запропоновано шляхи впровадження Інтернет-магазинів в Україні. Сконцентрована увага на взаємодоповненні електронних технологій та логістики. Доведено, що тільки логістичний підхід допоможе Інтернет-торгівлі зайняти своє місце на ринку України.

**The author has researched the issues of electronic commerce, internet-trade, slow development of internet-trade in Ukraine, has shown the main reasons of such situation, has offered the ways of implementation of internet-shops in Ukraine. The attention is concentrated on mutual supplementation of electronic technologies and logistics. It is proved that only logistic approach can help internet-trade take its place in Ukrainian market.**

Логістика – це основа електронної торгівлі. В Україні це слово більшості населення незнайоме. Необхідно декілька років, щоб розібратися, як потрібно будувати систему логістики. Лідери світової електронної комерції – Amazon.com теж далеко не одразу зрозуміли її значення і лише після цілої низки помилок зайнялися логістикою впритул, що значною мірою визначило їх подальший успіх.

Як правило, згадуючи про електронну комерцію, переважно говорять про електронну частину Інтернет-бізнесу, забуваючи, що для того, щоб віртуальний магазин запрацював, необхідна грамотна організація логістики у компанії. Без доставки товару клієнту віртуальний магазин так і залишається тільки красивою вітриною. Питання організації Інтернет-торгівлі від створення магазину в Інтернеті, забезпечення безпеки, способу розрахунку, узгодження правових аспектів до оптимізації зберігання, управління запасами і доставки замовлення – це саме ті питання, які хвилюють підприємців в Україні.

Підприємці України повинні розуміти, що електронний бізнес є не просто теоретичною можливістю української економіки (найближчого майбутнього), а живою, існуючою і працюючою реальністю.

Сьогодні пріоритети і в Україні зовсім інші. Молоді Інтернет-компанії головним для себе вважають тільки створення сайту.

Бізнесові структури використовують Інтернет як новий допоміжний простір ведення бізнесу. Тобто фірма, використовуючи традиційні способи ведення бізнесу, доповнює їх віртуальними можливостями, але повністю їх не використовує. Це може бути і пошук нових клієнтів, і нові можливості взаємодії з ними (ознайомлення з товаром, виписка рахунка тощо). Отже, “бізнес в Інтернеті” для фірми означає перенесення частини ділової активності в електронну мережу, використовуючи її як допоміжний простір.

Для того, щоб відкрити свій Інтернет-магазин, потрібно вирішити три технічні питання (рис. 1).

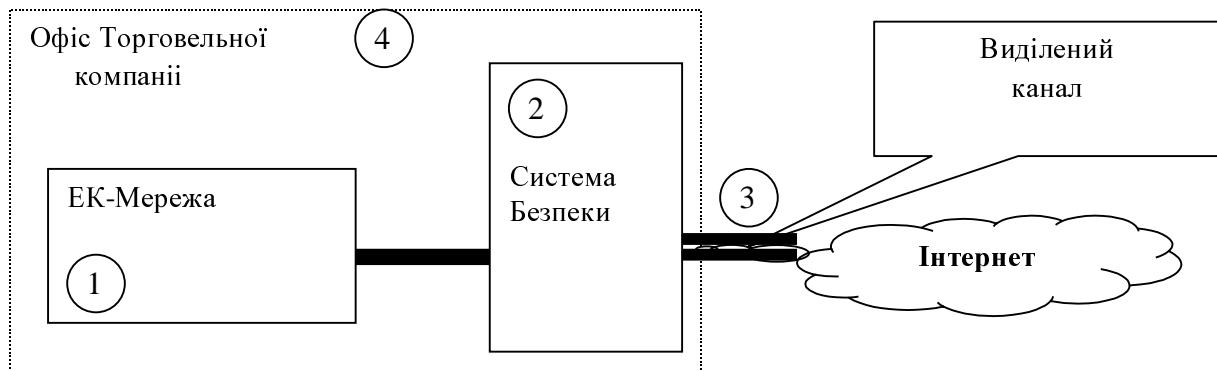


Рис. 1. Інтернет-торгівля

1. Придбати ЕК-сервер (див. 1 на рис. 1) – апаратно-програмний комплекс для організації і підтримки системи автоматизації Інтернет-торгівлі.

2. Побудувати жорстку систему безпеки (2) як від Інтернет-хакерів, так і від внутрішніх злочинців.

3. Забезпечити собі виділений канал (3) в Інтернет достатньої пропускної здатності, через який Інтернет-покупці зможуть відвідувати Інтернет-магазин, розміщений на ЕК-сервері.

ЕК-сервер і система безпеки розміщуються в офісі торгової компанії (4), під'єднаному до Інтернет по виділеному каналу. Перераховані питання є абсолютно технічними і не вони визначають успіх чи невдачу організації Інтернет-торгівлі для конкретної компанії. Для успішного впровадження Інтернет-торгівлі критичнішими будуть питання, які стосуються того, чим і як буде торгувати організація через Інтернет, і наскільки ефективно організований бізнес-процес Інтернет-торгівлі.

Така технологія потребує певних стартових затрат, які необхідні для початку робіт з електронної комерції. Для вирішення трьох перерахованих вище технологічних задач цей рівень затрат буде \$ 15.000 – \$ 20.000. У нас в країні подібного роду затрати може дозволити собі далеко не кожна торговельна компанія. Тому більшість із них (особливо на перших порах) не купує устаткування, а арендує все необхідне апаратно-програмне забезпечення у Інтернет-провайдерів. Комплект засобів залишається тим самим (рис. 2): 1 – ЕК-сервер (1), 2 – система безпеки (2), 3 – виділений канал в Інтернет, але оскільки все це розміщується на вузлі провайдера (4), то:

– Замість виділеного каналу буде використовуватися канал Інтернет-провайдера (позначка 3), що забезпечить швидший доступ покупців до Інтернет-магазину, розміщеного на ЕК-сервері.

– Управляти Інтернет-магазином менеджери торговельних компаній зможуть безпосередньо зі свого офісу (позначка 5). Можна використовувати просте dial-up з'єднання, що буде для торговельної компанії дешевшим варіантом, ніж виділений канал;

– Вихід менеджерів торгової компанії на ЕК-сервер для управління Інтернет-магазином можливий як безпосередньо через вузол доступу Інтернет-провайдера (позначка 6), так і через Інтернет, тобто отримують доступ всі його покупці (позначка 7).

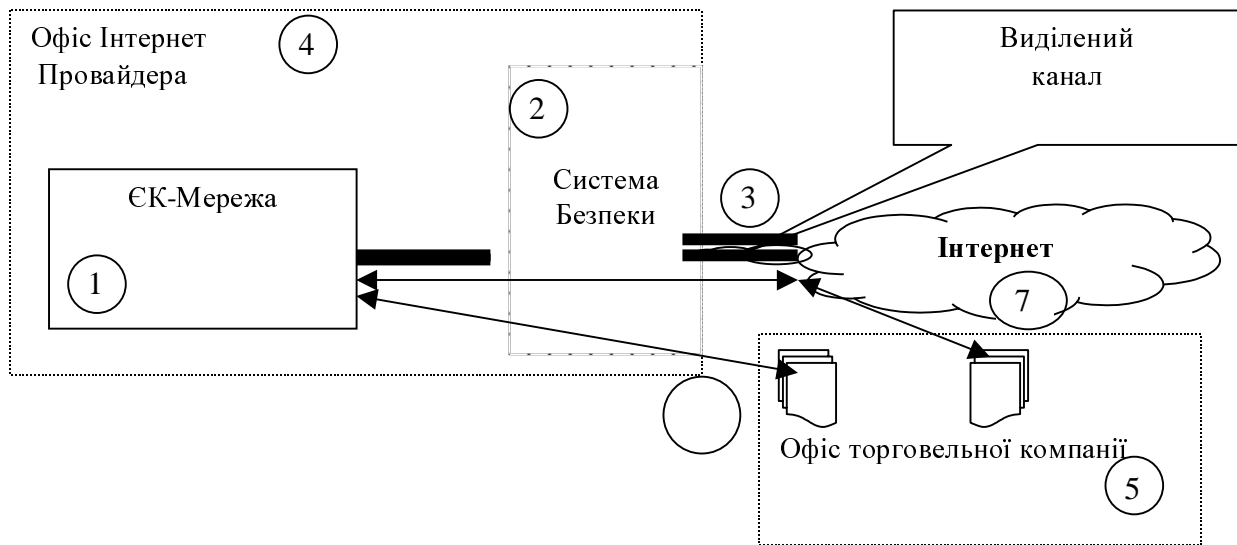


Рис. 2. Електронна торгівля через Інтернет-провайдера

Провайдер, який встановив у себе апаратно-програмний комплекс (ЕК-сервер і систему безпеки) і організував продаж послуг електронної комерції (у вигляді аренди всього цього апаратно-програмного комплексу) за кордоном, одержав назву CSP – Commerce Service Provider. Такого провайдера можна назвати провайдером електронної комерції (скорочено – ЕК-провайдером).

Це може бути і пошук нових клієнтів, і нові можливості взаємодії з ними (ознайомлення з товаром, виписка рахунка тощо). Отже, “бізнес в Інтернеті” для фірми означає перенесення частини ділової активності в електронну мережу, використовуючи її як допоміжний простір.

Аналіз тенденцій логістики, яка буде мати вплив на стратегічний розвиток логістичної системи як сьогодні, так і в майбутньому, має важливе значення для планування системи розподілу в Україні.

Якщо використовувати електронні технології для планування логістики розподілу, то в стратегічному плані підприємство може вирішувати такі питання:

- Економічніша централізована чи децентралізована структура?
- Це повинна бути одно- або багатоступенева система розподілу ?
- Як багато місць повинна мати система розподілу?
- Де знаходяться склади, які функції на них покладені?
- Які види транспорту повинні використовуватися?

Існують дві різноманітні системи електронної комерції: “бізнес – бізнес” і “бізнес-клієнт”. Учасниками першої групи є корпоративні користувачі, що використовують Інтернет для безготівкових платежів. До другої групи, окрім роздрібною торгівлі через Інтернет-магазини, слід також зарахувати такі види діяльності, як здійснення банківських операцій не виходячи з дому, брокерські послуги, страхування.

Існує також термін “електронний бізнес” – це коли всі сторони ділових відносин, включаючи продаж, маркетинг, фінансовий аналіз, платежі, підтримку клієнтів і партнерів, переносяться в Інтернет.

Для цього прозорості інформації можна досягти тільки за допомогою цілісного планування, управління і контролю за інформаційними даними усіх процесів у ланцюгу. Ідеальним є той випадок, коли усі інформаційні, матеріальні та фінансові потоки повинні бути зареєстровані і надані у електронній формі всім учасникам.

Це можна продемонструвати на простих прикладах: відсутність попереджувальної інформації може призвести до коливання запасів на складах і до перебоїв в отриманні нових заказів. Як результат – ускладнюється розміщення, і спостерігається тенденція до збільшення витрат для учасників, які знаходяться на початку ланцюга. Ядром повинна стати орієнтована на досягнення єдиної мети координація всіх видів діяльності і всіх процесів, розкиданих в часі вздовж єдиного ланцюга поставок. Через особливості ланцюгів поставок контролінг повинен відповідати цілісному підходу, який орієнтується на досягнення найвищої мети – підвищення коефіцієнта корисної дії та ефективності виконаних логістичних робіт. Коефіцієнт корисної дії означає оптимальне співвідношення між фактичними затратами і фактично виконаними роботами, в той час як ефективність націлена на виконання вимог зовнішніх і внутрішніх клієнтів. Звідси можна вивести конкретні економічні, технічні та екологічні цільові установки. Економічні цілі орієнтуються на виробничо-господарський успіх в обличчі постійної ліквідності, що є необхідною умовою. Технічними цілями є зменшення часу проходження, максимального проходження за одиницю часу або максимальне використання потужності. Серед екологічних цілей слід особливо підкреслити питання шкоди, що завдається довкіллю під час реалізації логістичних процесів, а також багаторазове використання транспортних контейнерів. Через велику кількість і різноманітний вік бази даних окремих виробників виникає проблема сумісності даних. Насамперед, наприклад, існує небезпека, що дані через різноманітні формати записів не можна інтегрувати. По-друге, є небезпека семантичної несумісності, яку можна усунути уподобленням використаної семантики. Отже, електронна торгівля рішуче змінить правила гри не тільки в промисловості і торгівлі України, але й у сфері логістики. Замість звичайних лінійних взаємовідносин між клієнтом і постачальником виникнуть багатовимірні мережні відношення між учасниками ринку. Бум електронної торгівлі у сфері логістичних послуг матиме вплив не тільки на видачу товарів, куплених електронним шляхом, але й повинен привести до оптимізації самого бізнес-процесу.

Сьогодні у сфері логістики не затвердився навіть один “електронний ринок”, оскільки відсутнє прагнення до необхідної прозорості. Фактором успіху електронної торгівлі є інтеграція логістичних підприємств в електронний інформаційний потік. Між підприємствами існують різні інтерфейси інформаційних даних, що ведуть до виникнення проблем із порівнянням даних. Однак вже й сьогодні майже 80 % Інтернет-шопів зацікавлені залучити до своєї діяльності логістичні підприємства, незважаючи на те, що логістика не належить до основного виду діяльності цих магазинів.

Для розвитку електронної торгівлі в Україні необхідно:

1. Нарощувати елементи наявної інформаційної інфраструктури. Тобто на державному рівні потрібна підтримка розвитку конкурентоспроможної наукомісткої галузі – інформаційні технології, які становитимуть основу матеріально-технічної бази довгострокового технічного зростання країни.

2. На державному рівні потрібна активна підтримка процесів розвитку транспортних та комунікаційних мереж, особливо інформаційних (з можливостями онлайн-користування світовими інформаційними мережами), з приєднанням до наявної європейської та світової інфраструктури бізнесу. Потрібне пряме державне фінансування розвитку сучасної інформаційної інфраструктури.

3. Регулювання усіх правових аспектів захисту інтересів учасників електронної комерції, а саме укладення договорів, реєстрація доменних імен і торгових марок повинні вирішуватись за допомогою відповідних законів та інструкцій, а головне, повинні бути доведені до рівня практичного управління. Роль уряду в регулюванні електронної комерції повинна бути мінімальною, уряд повинен сприяти створенню стабільного міжнародного правового регулювання, передбачати справедливий розподіл дефіцитних ресурсів і захищати суспільні інтереси. Державна політика повинна бути скоординованою та узгодженою на міжнародному рівні на умовах співробітництва для її стандартизації. Тому існує необхідність гармонізації національних та міжнародних нормативно-правових баз для створення можливостей регулювання суперечливих питань.

4. Для стрімкого розвитку електронної торгівлі в Україні потрібно, щоб в законодавчому плані забезпечувалась необхідна безпека використання інформаційної інфраструктури (процедури сертифікацій та легітимності цифрового підпису), тобто реально відтворювались принципи та спрацьовували засоби забезпечення глобальної безпеки інфраструктури на основі міжнародної гармонізації національних урядових законів з ліцензування органів сертифікації та забезпечення захисту даних.

5. Важливим елементом розвитку електронної комерції є нарощування потенціалу висококваліфікованих кадрів у сфері інформаційних технологій. На державному рівні виникає потреба в розробці та фінансуванні цільових програм підготовки та перекваліфікації персоналу в інформаційній сфері.

Отже, заслуговує на всебічну підтримку концептуальний підхід, пов'язаний з розвитком інформаційної інфраструктурної перебудови економіки, що зумовить її зростання на базі технологічних змін. Це єдиний правильний шлях для України як у контексті вирішення проблеми подолання кризової фази свого розвитку в плані формування інформаційного простору, так і в ракурсі створення інформаційних ресурсів для майбутнього підвищення добробуту держави.

1. Вебер М. *Коммерческие расчеты от А до Я: Пер. с нем.* – М., 1999. 2. *Бизнес и логистика-98: Сб. материалов 2-й Междунар. конференции-семинара.* – М.: Брандес, 1998. 3. Крикавський С. В. *Логістика підприємства: Навч. посіб.* – Львів, 1996. 4. Крикавський С. *Економічний потенціал логістичних систем.* – Львів, 1997. 5. [www.madi.ru/logistics](http://www.madi.ru/logistics) Координационный совет по логистике. – Москва. 6. [www.logisticstraining.com](http://www.logisticstraining.com) Учебно-консультационный центр по логистике IATA/FIATA. 7. [www.ILC.ru](http://www.ILC.ru) Логистическая информация. 8. [www.sntc.fr](http://www.sntc.fr), [www.btl.se](http://www.btl.se), [www.msas.com](http://www.msas.com) Логистические услуги транспортных компаний: точные технологии доставки товаров. 9. [www.leeshore.com/logis.fics](http://www.leeshore.com/logis.fics) Виртуальная логистическая директория (ПО по логистике). 10. [www.clm.org](http://www.clm.org) Совет по логистическому менеджменту (Council of Logistics Management). США.