

РОЗВИТОК ЛОГІСТИКИ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ

Слободзяник Роман Володимирович

*аспірант кафедри маркетингу та логістики,
Національний університет «Львівська політехніка»*

Останні кілька років є особливо складними для України та Європи. Бізнес в Україні не встиг оговтатися після пандемії COVID-19, як прийшло безліч нових викликів – серйозна криза вартості життя та наслідки російсько – української війни. Поточна війна як і нещодавня пандемія COVID-19 суттєво вплинула на логістику електронної комерції, спричинивши дефіцит робочої сили, підвищені очікування клієнтів щодо пришвидшення доставки, збільшення обсягів замовлень та ускладнення їх виконання, зміни структури попиту на такі послуги, як доставка «останньої милі» та послуги на вимогу.

Ринок логістики електронної комерції України переживає стрімке зростання. За прогнозами, його місткість у 2026 році буде становити 837,2 млрд. дол. США, що на 156% більше порівняно з 2022 роком [1, с. 1].

За останні шість років ринок електронної комерції в Україні продемонстрував сукупний річний темп зростання на рівні 24,7%, що перевищило зростання світового ринку на 3,2%. Станом на 2023 рік загальний обсяг ринку в Україні сягнув 2671,05 млн. дол. США, або 7% від загального обсягу роздрібних продажів. Прогнозується, що дохід на ринку електронної комерції досягне 3302,23 млн. дол. США у 2024 році. Очікується, що річний темп зростання доходу (CAGR 2024–2028 рр.) становитиме 7,34%, що призведе до прогнозованого обсягу ринку в 4497,01 млн дол. США до 2028 року. На ринку електронної комерції очікується, що до 2028 року кількість користувачів становитиме 18,5 млн. осіб [3, с. 1].

Для порівняння подібна ситуація на європейському ринку. Обороти європейської електронної комерції B2C збільшився з 849 млрд. євро у 2021 році до 899 млрд. євро у 2022 році, хоча темпи зростання знизилися (6% з 2021 року до 2022 року). Обороти європейської електронної комерції B2C у 2023 році, як і прогнозувалося, збільшився до 8% за рахунок вищих темпів зростання в країнах Східної Європи [2, с. 1].

Виходячи з останніх даних кількість інтернет-користувачів в Європі за останній рік не змінилася, що в свою чергу не є критичною зміною, в той час коли кількість інтернет-покупців в Україні зріс на 3% [4, с. 1].

Останні дані опитувань на ринку електронної комерції найбільшими гравцями, які безпосередньо використовуються підприємствами в Україні показують наскільки змінилася також і споживча поведінка:

– за даними опитування BigCommerce, 84% споживачів здійснюють покупки з огляду на безплатне доставлення, а 30% завжди збільшують обсяг своїх замовлень, якщо це дає їм право на таку доставку;

– за даними Shopify, 58% споживачів, що купують онлайн, розраховують на доставлення товару вже в день здійснення замовлення;

– за результатами опитування ShipStation, 72% користувачів визнають, що політика магазину з повернення товару безпосередньо впливає на їх рішення щодо здійснення купівлі онлайн. 67% кажуть, що безплатне повернення спонукає їх знову робити замовлення в того самого продавця;

– згідно з дослідженням Visa та Bond, використання сервісів BNPL (“оплати частинами”) вже стало нормою серед покоління Z. Молоді покупці використовують програми розстрочки на 57% частіше, ніж середній споживач;

– недавнє опитування Digital Commerce 360 виявило, що близько 27% компаній в сфері онлайн-торгівлі невдоволені своїми поточними e-commerce платформами і розглядають можливість їх заміни. Причиною невдоволення для 35% з них є бажання отримати більш адаптивне програмне забезпечення, що відповідає унікальним потребам їхнього бізнесу. Важливість гнучкості в цьому контексті підкреслюється аналітиками та виданням Forbes, яке визначає її як здатність до швидкої адаптації стратегій, прийняття важливих рішень і використання змін як можливостей для розвитку [5, с. 1].

Для впровадження та вдосконалення послуг логістики останньої милі необхідно докласти багато зусиль і пропозицій для різних застосувань, які пов’язані з новими видами транспорту, впровадження нових технологій пов’язаних з цифровою трансформацією, а також з новою методологією вдосконалення операцій логістики останньої милі у реальних галузях промисловості [6, с. 18].

Основні вимоги логістики електронної комерції для успішного функціонування наступні:

– масштабованість: критично важливою є здатність платформ витримувати раптове зростання трафіку та легко адаптуватися до ринкових змін. Забезпечення масштабованості з мінімальними витратами та часом є ключовим для тривалого успіху;

– легкість інтеграції: в епоху цифровізації, інтеграція з широким спектром інструментів та сервісів, від платіжних систем до аналітичних інструментів, система повинна бути інтуїтивно зрозумілою та швидкою, щоб забезпечити гнучкість та ефективність бізнес-процесів;

– соціальна інтеграція: e-commerce платформам важливо інтегрувати соціальні функції та співпрацювати з інфлюенсерами для залучення аудиторії та підвищення продажів;

– кібербезпека: у світлі зростаючої загрози кібератак, забезпечення безпеки особистих даних клієнтів стає пріоритетом для e-commerce бізнесу, вимагаючи відповідності до міжнародних стандартів та постійного оновлення захисних механізмів.

Наступні кілька років бізнесу необхідно оновлювати технології продажу в онлайні, використовуючи технології е-логістики для швидкої, безперебійної та надійної доставки товарів до клієнтів з можливістю відстеження та повернення товару. Адже це насамперед буде забезпечуватися розвитком ринку в цілому, надходженням інвестицій та збільшення привабливості України на міжнародних ринках.

Список використаних джерел:

1. eCommerce Logistics 2023: Market Size, Analysis & Consumer Preferences URL: <https://ecommercedb.com/insights/e-commerce-logistics-2023-report-global-market-size-analysis-consumer-preferences/4631>
2. EUROPEAN E-COMMERCE REPORT 2023. URL: <https://www.eurocommerce.eu/app/uploads/2023/11/2023-european-e-commerce-report-light-version-nov-update-v2.pdf>
3. eCommerce – Ukraine. URL: <https://www.statista.com/outlook/emo/e-commerce/ukraine#revenue>
4. Shipping Preferences of U.S. Online Shoppers 2023: Gender, Age, Income & City Size. URL: <https://ecommercedb.com/insights/shipping-preferences-of-u-s-online-shoppers-2023/4711>
5. Нова доба e-commerce настає просто зараз. URL: <https://speka.media/nova-doba-e-commerce-nastupaje-prosto-zaraz-yak-do-neyi-pidgotuvatisya-p0y7y9>
6. Kweon S.J., Park K, Characterization and Design for Last Mile Logistics: A Review of the State of the Art and Future Directions. Na, HS. Januar 2022. DOI: <https://doi.org/10.3390/app12010118>