

Оптимізація ланцюгів поставок «останньої милі» електронної комерції через систему краудсорсингу

Роман Климович

*аспірант спеціальності 073 «Менеджмент»,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
email: KlymovychRV@krok.edu.ua,
ORCID: 0009-0005-6535-9932*

Олександр Сумець

*д-р екон. наук, професор кафедри управлінських технологій,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: sumets@krok.edu.ua,
ORCID: 0000-0002-7116-3857*

Актуальність дослідження. Стрімкий розвиток сучасних технологій призводить до прогресивного розширення масштабів Інтернет-торгівлі та відповідно до нових викликів в управлінні ланцюгами поставок, зокрема фокусуючись на логістиці «останньої милі», що відіграє ключову роль в оцінці сервісу наданих послуг та рівня задоволеності кінцевих споживачів в сфері електронної комерції. Даний завершальний етап логістичного забезпечення вважається одним із найвідповідальніших та найскладніших. Саме тому все більшої актуальності набуває пошук шляхів оптимізації ланцюга поставок «останньої милі», зокрема через впровадження таких інноваційних методів як краудсорсинг, який надає можливість побудувати гнучкий ланцюг поставок від постачальника до кінцевого споживача.

Постановка проблеми. Через недосконалість організації логістики «останньої милі» продавці втрачають конкурентні позиції на ринку. Це призводить до скорочення товарообігу. То ж, у відповідності до умов, що склалися на ринку, ключовими перевагами для споживачів вже стають не тільки ціни та якість, а й такі показники сервісного забезпечення, як термін обробки та доставки замовлення. Досягнення високих значень цих показників є проблематичним для гравців ринку і водночас мотивує останніх для пошуку дієвих методів вирішення цієї проблеми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На цей момент часу чисельна кількість дослідників опікується пошуком інноваційних методів оптимізації логістики «останньої милі». Зокрема, відомі публікація Майорова І. М. [5], у якій він пропонує здійснювати управління логістичними стратегіями електронної комерції у тісному взаємозв'язку із стратегічними концепціями розвитку компанії. Своєю чергою, Костюк О. С., Мулярчик М. Б., Крикавська І. В. [3] зосереджуються на розвитку інноваційної складової управління логістичними процесами підприємствах електронної торгівлі. Ніколаєнко І. В. [6] фокусується на вдосконаленні логістики «останньої милі» через формування теорії рефлексивного управління. Проте слід вказати, що автори в своїх публікаціях не розглядають можливість оптимізації ланцюгів поставок «останньої милі» електронної комерції через систему краудсорсингу. Вважаємо, що цей факт

зумовлює необхідність в подальших дослідженнях зазначеної проблематики.

Мета дослідження. Оптимізація ланцюгів поставок “останньої милі” електронної комерції через систему краудсорсингу із залученням найкращих міжнародних та вітчизняних практик.

Виклад основного матеріалу дослідження. «Остання миля» є завершальним і найбільш відповідальним етапом ланцюжка поставок, бо включає взаємодію із споживачем, забезпечуючи доставку товарів від продавця до кінцевого покупця в необхідній кількості в призначені час і місце. Вказане має суттєве значення для репутації Інтернет-магазинів [7].

З нашого погляду, оптимізацію логістичного ланцюжка «останньої милі» можна здійснити шляхом реалізації алгоритму дій, що складається з 3-х етапів.

На першому етапі важливо провести аналіз поточного повного циклу ланцюга поставок для визначення фрагментів, які мають найдовший період обробки. Це допоможе зрозуміти, яким саме процесам важливо приділити увагу.

На другому етапі пропонується розробити механізми оптимізації маршрутів через вдосконалення програмного забезпечення, що допоможе суттєво зменшити час на доставку, при цьому мінімізуючи також витрати на транспортне обслуговування [7]. На цей момент часу існує безліч рішень інформаційного управління процесом доставки, які пропонують програми для побудови маршрутів доставки товару замовникам, враховуючи транспортну ситуацію в динаміці.

На третьому етапі, здійснивши попередній аналіз проблемних етапів процесу доставки та залучивши інформаційно-технологічну складову для оптимізації процесу транспортування, необхідно провести оцінку забезпеченості власними транспортними ресурсами для задоволення потреб споживачів. Зважаючи на швидкі темпи зростання електронної торгівлі, більшість підприємців розуміють, що не мають достатніх ресурсів для надання якісного сервісу з доставки, тому починають переглядати варіанти із залучення зовнішніх компаній, що спеціалізуються на даній сфері обслуговування [8]. Іншими словами, такі підприємці звертаються до технології аутсорсингу. Отже, за такої ситуації особливої актуальності в практичному аспекті набуває такий інноваційний напрям як краудсорсингова доставка. То ж, з огляду на це проаналізуємо даний етап більш детально.

Загалом, краудсорсингом визначають будь-який процес передачі певних процесів невизначеному колу осіб, тобто так званий “аутсорсинг” функцій зовнішньому персоналу [8]. В логістиці «останньої милі» краудсорсинг допомагає в оптимізації доставки шляхом об’єднання незалежних кур’єрських транспортних організацій для максимально швидкої та оперативної доставки товарів напряму від продавця до кінцевого споживача. При цьому відчутна економія часу на навантажувально-розвантажувальних операціях на сортувальному складському центрі та очікуванні для наповнення машин, їх пошуку та подачі. В процесі залучення краудсорсингових організацій готова продукція одразу ж передається від продавця до кур’єра, який прямує до

покупця, максимально підлаштовуючись під запити останніх по місцю та часу доставки. Однак при цьому варто враховувати, що успішна реалізація даного процесу можлива, якщо продавець максимально наближає місця розташування складських площ та точок видачі товарів до ринків збуту та цільової аудиторії.

Значущість описаного вище підтверджується міжнародним досвідом впровадження краудсорсингу. Наприклад, Amazon реалізувала концепцію краудсорсингу через розробку власної платформи під назвою Flex, що працює у вигляді мобільного додатку. Вона надає можливість зареєструватись кожному кур'єру та почати отримувати замовлення за лічені хвилини [1]. Аналогічні сервіси існують також і в інших країнах. Не виключенням стає також і наш вітчизняний ринок, де особливою популярністю користуються послуги прототипу краудсорсингу компаній Glovo, Bolt та Uber. Особливого значення в процесі впровадження краудсорсингу набуває програмне забезпечення, що реалізується через різноманітні технологічні рішення у вигляді мобільних додатків для обміну інформацією між продавцями, кур'єрами та покупцями.

Висновки. Підсумовуючи вищезазначене, за рахунок впровадження краудсорсингу підприємства електронної торгівлі можуть досягти суттєвих конкурентних переваг через зростання швидкості доставки, економії на інвестиціях у власне транспортне забезпечення, а також програмне забезпечення для планування доставки у зазначений час та місцезнаходження кінцевих споживачів. Дану функцію успішно виконують краудсорсингові компанії, які успішно організовують оперативну доставку та підтримують зв'язок з клієнтами Інтернет-магазину для погодження часу та деталей по конкретній точці доставки. Крім зазначених переваг, варто зважати, що вартість даного типу послуг буде мати вище значення, ніж традиційні канали доставки. Проте, зважаючи на швидкі темпи зростання конкурентного ринку електронної торгівлі та побажання клієнтів отримувати товари з мінімальним терміном доставки, отримані вигоди від зростання товарообігу цілком будуть компенсувати дані витрати та дозволяти отримати довгострокові переваги для розширення бізнесу та сталого розвитку на перспективу.

Ключові слова: ланцюги поставок, логістика «останньої милі», краудсорсинг, аутсорсинг, оптимізація, інновації.

Список використаних джерел

1. Баран Р. Я., Романчукевич М. Й. Особливості логістики в діяльності інтернет-крамниць. Моделювання регіональної економіки : зб. наук. праць. Івано-Франківськ : Плай, 2012. № 2 (20). С. 68-80.
2. Горбенко О. В., Карпенко О. А. Вплив електронної торгівлі на розвиток логістики «останньої милі» в Україні. Регіональна економіка. 2017. № 3. С. 123–132
3. Костюк О. С., Мулярчик М. Б., Крикавська І. В. Застосування інновацій в логістичній діяльності. Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. 2012. Вип. 8. С. 71–74.
4. Краудсорсинг: що це таке і як він працює у бізнесі? URL: <https://novarobota.ua/ua/articles-jobseeker/kraudsorsing-chto-eto-takoe-i-kak-on-rabotaet-v-biznese-413> (дата звернення

31.03.2024).

5. Майорова І. М. *Логістика в міжнародному бізнесі* : монографія. Маріуполь, 2012. 390 с.

6. Ніколаєнко І.В. *Логістика останньої милі: трансформація доставки і ризику*. Університетська наука — 2019 : тези доп. Міжнар. науково-техн. конф.: в 4 т. / ДВНЗ «ПДТУ». Маріуполь, 2019. Т. 3. С. 44–45.

7. *Останні милі у поставках: тенденції та інновації у вирішенні проблем етапу поставок, що залишився*. URL: <https://cargofy.ua/uk/blog/ostanni-mili-u-postavkah-tendenciji-ta-innovaciji-u-virishenni-problem-etapu-postavok-shcho-zalishivsya> (дата звернення 31.03.2024).

8. Шкода М. С. *Логістичні інновації в інвестиційному проекті*. Актуальні проблеми економіки. 2012. № 1. С. 58–63.