

2. Забезпечення взаємодії між сільськими територіями і міськими центрами.
3. Створення механізму трансферу технологій і ноу-хау для впровадження інновацій на сільських територіях.
4. Покращення економічної ефективності провідних для регіону галузей на основі розробки та просування програм, що забезпечать ефективність.
5. Впровадження ринкових механізмів фінансування програм розвитку сільських територій, оскільки державне ефективне лише у короткостроковому періоді.
6. Формування регіональних енергетичних концепцій як основи для стимулювання до енергозбереження і використання відновлюваних джерел енергії.

Джерела та література

1. Про стимулювання розвитку регіонів: Закон України від 08.09.2005 № 2850-IV. URL: http://kodeksy.com.ua/pro_stimulyuvannya_rozvitku_regioniv/download.htm (дата звернення: 15.10.2020).
2. Прохорчук С. В. Розвиток сільських територій: проблеми та вирішення. *Бізнес-навігатор*. 2012. № 3 (29). С. 101–104.
3. Талавирия М. П. Розвиток сільських територій на засадах сталості. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка*. 2016. Вип. 1 (47). Т. 2. С. 146–150.

Дудка В. – студентка

Науковий керівник: асистент О.

Фреюк

Київський національний торговельно-економічний університет

м. Київ, Україна

Логістичні задачі підприємства на ринку онлайн-торгівлі

Динамічний розвиток онлайн-торгівлі в світі важко заперечити. Так, на кінець 2020 року аналітики прогнозують зростання обсягів продажів в Інтернет-середовищі у всьому світі до \$3,914 трлн [1].

Не дивлячись на збільшення обсягів реалізації кількість гравців на ринку зменшується: невеликі компанії не витримують жорсткої конкуренції з лідерами ринку, виникає ситуація поглинання або і взагалі витіснення з ринку підприємств. При цьому рівень конкуренції стабільно росте за рахунок переходу офлайн-підприємств в онлайн-простір [2].

Логістична підсистема в онлайн-торгівлі – це одна з найважливіших складових системи діяльності інтернет-магазину. Для підприємств, які тільки починають своє функціонування в інтернет-просторі це одна з найскладніших частин бізнес-процесу і може стати причиною припинення існування компанії.

В роздрібній онлайн-торгівлі логістичну діяльність можна розділити глобально на три основні частини: рух товарів від виробника, зберігання на складі і переміщення зі складу до кінцевого споживача (так звана «остання миля» або «last mile delivery»). Перед підприємством постає вибір: обрати інсорсингову логістику або скористатися аутсорсинговими послугами (частково або повноцінно).

Вибір власників підприємства електронної торгівлі залежить від цілого ряду факторів: асортименту, бюджету магазину, рівня розвитку транспортної інфраструктури в регіоні тощо. Інтернет-магазин з декількома десятками замовлень на день, може впоратися з логістикою власними силами. Проте, коли кількість замовлень починає збільшуватись і налічувати сотні, підприємству вигідніше вибудувати власну логістичну систему.

Організована логістична система виконує на підприємстві онлайн –торгівлі ряд задач:

1. Ефективне управління матеріальними потоками;
2. Вчасне здійснення перевезень;
3. Керування складськими операціями;
4. Прогнозування та контроль за необхідним рівнем запасів;

Одним із варіантів залучення аутсорсингу в інтернет-торгівлі є фулфілмент, який є комплексом послуг, згідно з яким оператор бере на себе прийом товарів, їх зберігання, комплектацію, пакування, організацію доставки до клієнта, прийом грошей від покупців і обробку повернень. Завдяки такому аутсорсингу інтернет-магазин має можливість максимально зосередитись на ефективному маркетингу та зростанні обсягів продажів.

Розглядаючи взаємовідносини із постачальниками в логістичній діяльності в онлайн-торгівлі є два варіанта – оптова закупівля або пряма поставка (дропшипінг). Перший варіант представляє собою закупівлю онлайн-магазином товарів партіями і доставку їх на склад, у другому – прийом замовлення і одразу передача його на клієнта, тобто право власності на товар переходить одразу від продавця до покупця [3]. Обидві схеми мають свої недоліки. При оптових закупівлях збільшується стаття витрат за оренду складу, виникає необхідність мати грошові запаси для закупівлі оптових партій продукції і у випадку збитки при падінні попиту на куплений товар. При дропшипінгу можуть виникнути проблеми з наявністю, термінами доставки і кількістю необхідного товару [4].

Оскільки схема дропшипінгу працює досить ефективно, то ця ніша більш популярна. Головна проблема дропшипінгу полягає в актуальності даних про наявність необхідного товару на складі. Продавши товар, якого зараз немає в наявності, підприємець втрачає довіру клієнта і маркетинговий бюджет, витрачений на його залучення.

Отже, в онлайн-торгівлі найуспішнішим буде той підприємець, який краще впорається з проблемою оптимального розподілу функцій між власною логістикою і аутсорсингом. Найскладнішим, але і найцікавішим, тут є формалізація та правильна постановка завдань в умовах української економіки та нових реалій.

Джерела та література

1. Global Ecommerce 2020 Report. URL: <https://www.businessinsider.com/global-ecommerce-2020-report> (дата звернення: 16.10.2020)
2. Болтянська Л. О., Андреева Л. О., Лисак О. І. Сучасні тенденції розвитку підприємництва в Україні. *ADVANCES OF SCIENCE. Proceedings of articles the international scientific conference Czech Republic. Karlovy Vary, 2018. 28 September. С. 1357–1366.*
3. Дропшипінг – що це таке? URL: <http://shtefan.com.ua/dropshipping-shho-ce-take/> (дата звернення: 18.10.2020).
4. Дропшипінг – як заробляти вдома на продажі одягу? URL: <http://www.volynpost.com/news/130321-dropshipping-iakzarobliaty-vdoma-na-prodazhi-odiagu> (дата звернення: 16.10.2020).

Дудко О. – аспірант кафедри
регіоналістики та туризму
ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана»
м. Київ, Україна

Особливості формування і реалізації регіональної економічної політики України

Сучасний економічний розвиток України засвідчує збереження просторової нерівномірності та міжрегіональних соціально-економічних диспропорцій. Доволі низькі конкурентні позиції України на глобальному ринку, низька інтенсивність інтеграційних процесів у форму-