

ЕКОНОМІКА



ECONOMICS

Голобородько Альона, Легомінова Світлана. Сучасні особливості розвитку логістичних потоків в умовах цифрової економіки. *Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації*. 2020. Випуск 2. С. 93-90.

DOI: <https://doi.org/10.35774/ibo2020.02.093>

УДК 658.64

JEL Classification L86; O14

Голобородько Альона

к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств та соціальних технологій
Державний університет телекомунікацій
м. Київ, Україна

E-mail: alona.goloborodko.decor@gmail.com

ORCID: 0000-0001-5416-0526

Легомінова Світлана

д.е.н., доцент
завідувач кафедри інформаційною та кібернетичною безпекою
Державний університет телекомунікацій
м. Київ, Україна

E-mail: chiarasvitlana77@gmail.com

ORCID: 0000-0002-4433-5123

**СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИЧНИХ ПОТОКІВ В УМОВАХ
ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

Анотація

Вступ. Еволюція інформаційних технологій і подальше формування цифрової економіки сприяють росту глобального ринку логістичних потоків. У 1990 р. ніхто не замислювався над тим, як поява Інтернету відіб'ється на економіці в цілому і на кожній окремій сфері зокрема. І якщо у той час багато хто навіть не мав уявлення, що таке Всесвітня павутина, то сьогодні питання хмарних технологій, електронного бізнесу і електронної комерції — тема номер один для усього ділового середовища. Знання особливостей розвитку, в залежності від їх сфер діяльності, проникнення технологій ефективного управління розвитком забезпечують підприємствам досягнення комерційних цілей. Питаннями розвитку логістичних потоків в умовах цифровізації займалися багато вчених. Однак вимагає особливої уваги та уточнення поняття основних складових логістичних потоків, їх сутності та виявлення нових сфер або їх трансформації існуючих в умовах цифрової економіки.

Методи. Методологічним підґрунтям статті слугували бібліографічний метод для вивчення наукових робіт вітчизняних та закордонних вчених, матеріали періодичних видань, Internet ресурси з питань економічного розвитку цифрової економіки, особливостей формування та тенденцій розвитку логістичних потоків.); метод аналізу та синтезу - для вивчення об'єкту та предмету дослідження та комплексного дослідження розвитку логістичних потоків; методи спостереження, критичного аналізу, системного підходу та маркетинговий метод

- для дослідження особливостей діяльності підприємств сфери доставки, виявлення закономірностей їх розвитку під час кризових явищ; абстрактно-логічний метод - для теоретичного узагальнення та формування відповідних висновків; графічний метод - для візуалізації місця служб доставки при он-лайн замовленні товару чи послуги.

Результати. Обґрунтовано, що стрімкий розвиток цифрової економіки впливає на тенденції розвитку і трансформацію всіх сфер економічної діяльності. Проаналізовано та виявлено активізацію багатьох агентів ринку логістичних потоків. Підкреслено гнучкість управління сучасними підприємствами та їх швидке пристосування до обставин, зазначено, що переформатування їх спрямування с однієї сфери до другої можливо, якщо мотивовано. Підтверджено необхідність впровадження нових методів ведення бізнесу, розвиток он-лайн технологій для задоволення потреб споживачів.

Перспективи подальших досліджень будуть зосереджені на прогнозуванні та моделюванні перспектив розвитку логістичних потоків в умовах цифровізації на засадах якості та ефективності.

Ключові слова: цифрова економіка, розвиток, логістичні потоки, транспорт, доставка.

Вступ.

Еволюція інформаційних технологій і подальше формування цифрової економіки сприяють росту глобального ринку логістичних потоків. У 1990 р. ніхто не замислювався над тим, як поява Інтернету відіб'ється на економіці в цілому і на кожній окремій сфері зокрема. І якщо у той час багато хто навіть не уявляв, що таке Всесвітня павутина, то сьогодні питання хмарних технологій, електронного бізнесу і електронної комерції — тема номер один для усього ділового співтовариства. Знання особливостей розвитку, в залежності від їх сфер діяльності, проникнення технологій ефективного управління розвитком забезпечують підприємствам досягнення комерційних цілей.

Аналіз останніх досліджень. Питаннями розвитку логістичних потоків в умовах цифровізації займалися багато вчених, а саме: В. Апалькова [1], С. Веретюк [2], С. Коляденко [3], Л. Лапідус [4], І. Малик [5], Ю. Машкаров [6], Н. Потапова [7] та інші. Вони розкрили поняття основних складових логістичних потоків, його сутності та багато інших важливих науках питань, однак в роботах цих вчених не висвітлені питання сучасних особливостей розвитку логістичних потоків доставки пасажирів та товарів в умовах цифрової економіки.

Так С. Коляденко [3, с. 108] розкриває основні передумови та етапи становлення цифрової економіки в Україні. Він висловлює думку, що розвиток населення та і споживання ресурсів призводить до розширення впливу цифрової економіки на різні сфери.

Л. Лапідус [4] розглядає тенденції розвитку логістичних потоків доставки товарів, однак в її праці не висвітлені саме особливості та тенденції сучасного розвитку доставки товарів та пасажирів послуг в Україні.

Мета.

Метою статті є всебічне дослідження та виділення основних тенденцій і напрямів розвитку логістичних потоків доставки пасажирів та товарів в сучасних умовах глобалізації цифрової економіки.

Методологія дослідження.

В процесі дослідження були використані наступні методи, а саме: бібліографічний метод для вивчення наукових робіт вітчизняних та закордонних вчених, матеріали періодичних видань, Internet ресурси з питань економічного розвитку цифрової економіки, особливостей формування та тенденцій розвитку логістичних потоків,; метод аналізу та синтезу - для вивчення об'єкту та предмету дослідження та комплексного дослідження розвитку логістичних потоків; методи спостереження, критичного аналізу, системного підходу та маркетинговий метод - для дослідження особливостей діяльності підприємств сфери доставки, виявлення закономірностей їх розвитку під час кризових явищ; абстрактно-логічний метод - для теоретичного узагальнення та формування відповідних висновків; графічний метод - для візуалізації місця служб доставки при он-лайн замовленні товару чи послуги.

Результати.

Глобалізація процесів становлення цифрової економіки сприяє розвитку логістичних потоків. В даній статті автором розглянуто сучасні особливості розвитку транспортних логістичних потоків, а саме сфер служб транспортування пасажирів і доставки товарів.

Першочергово доцільно зупинитись на визначення основних категорій: розвиток, логістичних потік. Кількісний розвиток визначається зростанням чинників. Якісна зміна характеризується не тільки структурними змінами, але й отриманням нових характеристик таких змін. Розвиток у загальному розумінні – «це перехід системи від одного його якісного стану до іншого».

Логістичний потік являє собою сукупність взаємозалежних потокових процесів, тобто операцій і процедур формування та обслуговування руху ресурсів і їхнього перетворення в потоки готової продукції.

Систематизація і узагальнення даних економічних категорій дало змогу сформувати визначення розвитку логістичного потоку. Отже, розвиток логістичного потоку в умовах цифрової економіки ми розглядаємо як перехід на нові системи організації бізнесу логістичних потоків, а саме сфер служб транспортування пасажирів і доставки товарів.

Важливість даної сфери обумовлено сутністю он-лайн покупки, а саме фізичним дистанційним обмеженням контакту споживача та продавця. Служби, які здійснюють доставку є обслуговуваними елементами в ланцюгу процесу від покупки товару он-лайн до його отримання споживачем (рис. 1).

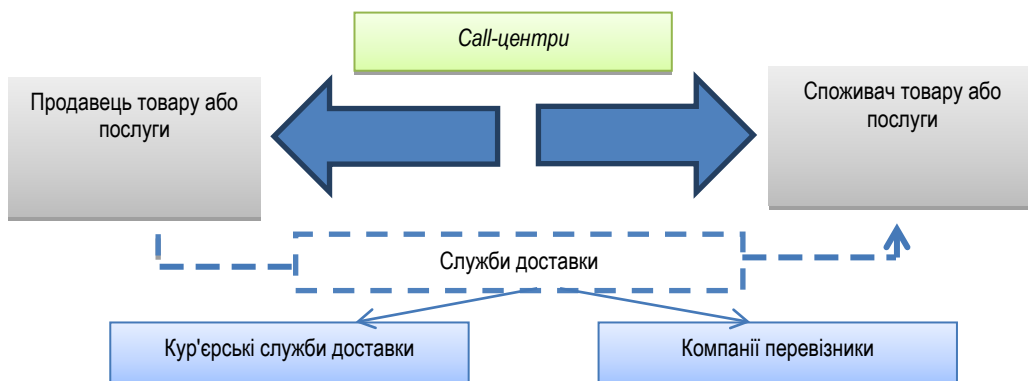


Рис. 1. Місце служб доставки при он-лайн замовленні товару чи послуги

Джерело: складено автором.

Служби доставки – це підприємства, організації, які займаються переміщення на місце призначення замовлень: товарів, матеріалів, машин і устаткування, різних вантажів, продуктів, фастфудів тощо [9].

Українці здійснюють он-лайн покупки як за кордоном, та і в межах країни, тому. Вибір он-лайн покупок за кордоном обумовлений вартістю товарів та асортиментом. У країнах Заходу найчастіше купуються ексклюзивні речі оригінальних брендів, які або не представлені на вітчизняному ринку, або представлені за високою ціною, наприклад, дорога техніка і предмети мистецтва. Так само це можливість купити те, що в країну не поставляється. У Китаї (з Aliexpress або China Post) купують недорогі товари, оскільки цінова політика виробників КНР розрахована швидше на оптову торгівлю і принцип «продавати багато, щоб продавати дешево» і навпаки. Розвинені покупки он-лайн із США (Amazon.com).

Для надійної доставки споживачі обирають національні та міжнародні компанії перевізники. Основними службами доставки є [8]:

1. Національні компанії-перевізники
 - 1) Укрпошта - ukrposhta.ua - національний поштовий оператор, має понад 11 500 об'єктів поштового зв'язку
 - 2) Нова пошта - novaposhta.ua – лідер українського ринку служб доставки, займається експрес-доставкою вантажів по Україні та за кордон, а також документів і грошових переказів
 - 3) Делівері - www.delivery-auto.com – служба міжнародних та внутрішніх перевезень
 - 4) Інтайм - intime.ua
 - 5) Гюнсел - gunsel.ua
2. Міжнародна експрес-доставки з України (додатково)
 - 1) DHL - www.dhl.com.ua – пропонує послуги переміщення вантажів і листів різного об'єму як по світу, так і країною
 - 2) UPS - www.ups.com – одна з найбільших транспортних корпорацій
 - 3) Meest express - <https://www.meest-express.com> – служба доставки вантажів та посилок.

При здійсненні покупок на вітчизняному ринку споживачі можуть користуватись або національними службами доставки, або кур'єрською доставкою продавців, якщо вони її мають.

Одним з сучасних трендів розвитку он-лайн покупок стала онлайн-доставка їжі та продуктів харчування. Таку послугу надають як самі ресторани і кафе, так і спеціалізовані компанії, створені тільки для доставки замовлених блюд. Ринок онлайн-доставки їжі ще досить молодий, але досить стрімко розвивається.

На глобальному ринку онлайн-доставки їжі усього декілька великих гравців: FoodPanda, Lieferheld, Lieferando.de, GlubHub, JuustEat. Вони мають розширену партнерську мережу. У 2014 р. FoodPanda придбала 100% акцій зростаючої компанії Delivery Club.

Бізнес-моделі компаній, працюючих на ринку онлайн-доставки їжі, засновані на тому, що компанії-агрегатори, надають усю потрібну інформацію (меню, ціни, умови доставки) усіх ресторанів партнерів. Ціни агрегаторов співпадають з цінами, вказаними на порталах ресторанів. При цьому компанія-агрегатор отримує фіксований дохід (відсоток) з суми кожної угоди. При такій моделі усі зацікавлені сторони задовольняють свої інтереси: агрегатори отримують дохід від ефекту масштабу, ресторани охоплюють більше споживачів послуг, а споживачі отримують якісний і зручний сервіс по безкоштовній доставці.

Останнім часом на вітчизняному ринку з'являються сервіси, що пропонують споживачам нову ціннісну пропозицію, доставку обіду за 10 хвилин або за інший оговорений швидкий термін, наприклад, «Glovo», «McDonald's», «Uber Eats», «Eda.ua», «Raketa».

Сегмент продуктів харчування на ринку електронної комерції – один з менш розвинених в порівнянні з іншими сегментами. Це обґрунтовано недовірою споживачів купувати продукти онлайн, в Україні, наприклад, продається онлайн менше 1% продуктів харчування [9]. Проте Карантин і самоізоляція із-за пандемії коронавіруса COVID – 19 привели до різкого росту попиту на замовлення товарів онлайн, у тому числі – продуктів. Хоч продуктові магазини і продовжили роботу під час карантину, все ж потік покупців в них скоротився істотно (не рахуючи ажіотажних сплесків) із-за обмеженої можливості користування громадським транспортом. Це привело до появи нових служб доставки, виходу на продуктовий ринок гравців з суміжних сегментів.

Досить швидко, за 2 тижні карантину, в найбільшій службі доставки продуктів Zakaz.ua число замовлень збільшилось у декілька разів.

Zakaz.ua забезпечив постачання продуктів з таких великих торговельних мереж як: «Ашан», «Metro C&C», «Novus», «Фуршет», «Мегамаркет», «Таврія В». Навантаження одного кур'єру складає близько 40 замовлень в день.

Тому розширюється штат кур'єрської служби, а саме кур'єрів, пакувальників для задоволення існуючого попиту.

Інтернет-магазини функціонували тільки у декількох торгових мереж, а саме: "Ашан", "Novus", "Фуршет", "Мегамаркет", "Таврія В", "Fozzy S&C", "Копійка", "Наш Край", "Рукавиця". Спеціалізовані онлайн-супермаркети теж не були широко представлені.

Отже, багато мереж почали активно переформатувати організацію торгівлі і розвивати службу доставки. Сторонні компанії теж почали запускати доставку. Онлайн-сервіс замовлення послуг Kabachik тепер виконує доставку усіх видів товарів. Наприклад, сервіс замовлення таксі Uklon, може доставляти посилки загальною вагою до 20 кг.

Крім того, продукти, в основному – тривалого зберігання, відносно нещодавно почали продавати маркетплейси Rozetka і Kasta. Маркетплейс Rozetka під час карантину узяв додаткові приміщення площею 10 000 кв.м. в Києві, у зв'язку з розширенням асортименту і продажем продуктів харчування. Окрім збільшення складів для додаткового об'єму продуктів харчування, ритейлери застосовують різні варіанти колаборацій. Наприклад, Rozetka почала продавати три продуктові набори "АТБ-маркет". Доставкою займається "Нова пошта", "Укрпошта".

Що входять в одну компанію – Fozzy Group - логістичний оператор Justin і мережа "Сільпо" домовилися про доставку продуктів, поки в трьох мікрорайонах Києва: Березняки, Позняки і Оболонь. Окрім цього, мережа "Сільпо" почала офіційно співпрацювати з Glovo.

До продуктового сегменту також увійшли продавці з суміжних сегментів. Так, в п'яти магазинах Eva в Дніпрі можна купити продукти соціальної групи: сіль, соняшникова олія, крупи, яйця і ін.

Отже, на сьогодні, он-лайн замовлення набувають все більшої актуальності, а підприємства, які були забезпечення платформами для здійснення е-комерції отримують додаткові прибутки. При цьому саме рівень розвитку служби доставки товарів до споживача відіграє велику вагу у становленні іміджу підприємства, залучення споживачів, розширення його каналів збуту та сталого розвитку у перспективі в умовах цифрової економіки.

Дослідження логістичних потоків разом з організацією доставки товарів доцільно розглядати з особливостями пасажирських перевезень. Оскільки ця сфера економіки також трансформується під впливом цифровізації суспільства. Упродовж двох останніх десятиліть можна спостерігати за стрімкою трансформацією перш за все залізничного транспорту. Це проявляється в зміні бизнес-моделей операторських, логістичних і інфраструктурних компаній. З'являються нові концепції «електронного» вокзалу з «розумною» інфраструктурою, впроваджуються багатоканальні системи передачі інформації в режимі реального часу, персоналізується ний клієнтоорієнтований підхід на основі аналізу великих даних (Big data) використовуються резерви зростаючої популярності мобільних застосунків як каналів персонального обслуговування і багато що інше.

Віртуалізація дозволяє кожній компанії купити «місце в хмарі» з необхідною конфігурацією на видаленому доступі під наявні потреби за невелику плату в порівнянні з вартістю інформаційних систем, витратами на обслуговування і забезпечення їх надійності, стійкості по відношенню до кібератакам і інших загроз з боку шахраїв. Візуалізацію також вирішує проблему успадкованих систем. Виходячи з цього, для вирішення стратегічно важливих завдань в умовах дотримання строгої конфіденційності, є доцільним створення власної «хмари» для обслуговування залізничної галузі.

Цифрова економіка влинула і на розвиток ринку послуг таксомоторів, з'явилися компанії-агрегатори, завдання яких – акумулювати усі можливості перевізників і надавати зручний якісний сервіс для пасажирів. Приклади: «Uber», «Uklon», «Bolt», Такси Экспресс, Такси Bond та ін. Якщо раніше, в години пік для того, щоб викликати таксі, треба було обдзвонити різні служби таксі і чекати вілу машину, то зараз можна здійснити виклик одним кліком через одне застосування. Більше того, даний сервіс надає можливість клієнтові зробити вибір бажаного класу машини, здійснювати контроль часу очікування машини, спостерігати за її переміщенням.

В суспільному транспорті запущені проекти електронного сенсорного табло, завдяки якому пасажирі отримують інформацію про час очікування транспортного засобу.

Якщо звернутися до досвіду Японії [4], то найбільший інтерес з використання можливостей

інформаційних технологій, викликає найбільший пасажирський перевізник у світі, японська компанія JR East Group, заснована в квітні 1987 р. компанія JR East Group перевозить 17 млн пасажирів в день, забезпечуючи курсування 13 000 потягів в добу. За звітами, компанія показала 32% доходів від непрофільного бізнесу і 68% – від залізничних перевезень в сегментах «міські», «регіональні», «високошвидкісні Skinkansen». В перевізній діяльності 66% доходу забезпечені міськими залізничними перевезеннями, 30% – високошвидкісним повідомленням і 4% отримані від інших видів пасажирських перевезень.

Електронні технології дозволяють JR East Group реалізовувати проект залізничний «вокзал – місто», Tokyo Station City, тоб-то це реалізація концепції розвитку центрального вокзалу Токио з інтеграцією функцій вокзалу з готелями, комплексами Бізнес-офісів, комерційними і іншими об'єктами. Серед неперевізних видів діяльності JR East Group виділяють:

- управління комерційною нерухомістю (готелі, офіси);
- торгівлю діяльність і громадське харчування;
- виробництво рухомого складу;
- автобусний сервіс;
- монорейсовий транспорт;
- оренду автомобілів;
- систему електронних платежів (IT-suica);
- рекламний бізнес;
- послуги фітнес-центрів;
- туристичний сервіс та інші.

Система електронних платежів IT-suica є одним з нових джерел доходів від непрофільного бізнесу крупно ший залізничної компанії у світі JR East Group. Основною особливістю карти Suica є доступність до сервісу в різних зонах: на станціях, у вагонах, поза станціями (в таксі, на парковках, в ресторанах, готелях, супермаркетах, школах, університетах та ін.), а також удома при здійсненні покупок онлайн (інтернет-шоппінг). Нині Suica карти приймають 10 транспортних компаній Японії. Таким чином, JR East Group є однією з перших транспортних компаній, які здійснили важливі кроки на шляху до створення безшовної транспортної системи і змогли вивести на ринок транспортних послуг нову ціннісну пропозицію на основі інформаційних технологій і мережі Інтернет.

Нині залізничні компанії істотно розширюють використання можливостей електронних технологій не лише в пасажирському, але і у вантажному сполученні. Наприклад, національний залізничний перевізник Німеччини Deutsche Bahn пропонує пасажиром зручний сервіс DB Navigator, що дозволяє планувати поїздку і відстежувати на карті реальне місцезнаходження потягів далекого дотримання і потягів, що курсують між сусідніми регіонами. На виставці Mass-Trans. Innovation Japan 2013. International Trade Faire for «Railways» Technology в Токио одна японська компанія експонувала робота, створеного для цих же цілей, тільки для залізничних вокзалів. Такий робот наділений здатністю будувати маршрут на екрані, говорити і фізично вказувати правильний шлях пасажирові, що звернувся по допомогу.

АТ Укрзалізниця розвивається згідно зі світовими трендами. Компанія пропонує зручні і популярні для пасажирів он-лайн можливості: он-лайн розклад, он-лайн бронювання квитків і опата, їх повернення, система лояльності споживачів. Таким чином АТ Укрзалізниця упевнено рухається у напрямі нарощування об'ємів електронних послуг, вбудованих в процес обслуговування пасажирів. В середньому доля пасажирів залізничного транспорту, що користуються електронною реєстрацією, складає 80%, Укрзалізниця побудувало увесь ланцюжок управління взаємовідносинами з пасажиром на високому рівні, подібно до інших національним операторам європейських країн. Окремої уваги, в цілях збільшення пасажиропотоку, заслугує програма лояльності з можливістю купити квиток зі скидкою в зворотному напрямі, а також програма страхування на 100% повернення суми квитка.

Вигляд транспортної системи майбутнього – безшовна трансфертна система [4]. Безшовна

трансфертна система – об'єднання транспортно-технологічних елементів перевезення, що здійснюються різними видами транспорту, в єдину транспортну послугу, що максимально забезпечує споживчі очікування пасажирів. Завдяки зручним неструнким сервісам (мобільним застосуванням), можливості придбати електронний квиток «одним кліком» на усі види транспорту з урахуванням електронного маршрутизатора, дозволяючого автоматично мінімізувати час очікування транспорту і час на пересадку з одного виду транспорту на інший, з'являється можливість наблизити реальну якість транспортної послуги до очікуваної.

Безшовна транспортна система фактично формує нову бізнес-модель з ознаками не лише транспортного, але і інформаційного і торгового бізнесу, оскільки безшовна послуга, включаючи складові декількох продуктів, буде працювати в режимі «транспортного супермаркету». Це дозволить забезпечити пасажирів багатьма послугами/продуктами через одну касу. Створенням умов для зручних інтерфейсів між окремими ланками безшовної транспортної послуги фактично сприятимуть усуненню меж між залізничним вокзалом, автобусною станцією, і аеровокзалом, які вже зовсім скоро будуть уявляти собою технологічний і сервісний простір з «розумною» міжтранспортною інформаційною інфраструктурою.

Розвиток безшовних транспортних технологій зумовлює посилення взаємодії організацій різних видів транспорту не як конкурентів, а як партнерів з високим рівнем кооперації, спрямованої на досягнення спільної мети нарощування обсягів перевезень пасажирів на основі високого рівня задоволеності споживачів послуг і, як наслідок, – підвищенні рухливості населення. При цьому обов'язковою і найважливішою умовою переходу до гладких безшовних транспортних систем є тотальна цифровізація основних і міжопераційні процесів управління взаємовідносинами з клієнтами, постачальниками і партнерами і контроль над станом детермінант якості послуг на кожному з видів транспорту і міжтранспортних інтерфейсів (хабов і електронних сервісів).

Електронні технологічні рішення, включаючи електронний платіжні системи, мобільні сервіси, додатки, персоналізоване обслуговування на основі технологій Big data, штучного інтелекту і машинного навчання сприятимуть підвищенню ефективності управління взаємовідносинами з пасажирами, підвищенню якості послуг, що надаються.

Висновки і перспективи. Стрімкий розвиток цифрової економіки впливає на тенденції розвитку і трансформацію всіх сфер економічної діяльності. Під впливом цифровізації виникає необхідність впровадження нових методів ведення бізнесу, розвиток он-лайн технологій задоволення потреб споживачів. Це передбачає формування нових бізнес-моделей ведення бізнесу, удосконалення всіх процесів управління, забезпечення їх гнучкості до мінливого ринкового середовища. Ці та інші важливі питання доцільно ще досліджувати більш досконало та з урахуванням особливостей розвитку кожної окремої сфери.

Список використаних джерел

1. Апалькова В.В. Концепція розвитку цифрової економіки в Євросоюзі та перспективи України. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Менеджмент інновацій*. Вип. 4. 2015. С. 9-18.
2. Веретюк С.М. Визначення пріоритетних напрямків розвитку цифрової економіки в Україні. *Наукові записки Українського науково-дослідного інституту зв'язку*. 2016. № 2. С. 51-58.
3. Коляденко С. В. Цифрова економіка: передумови та етапи становлення в Україні і у світі. *Економіка. Фінанси. Менеджмент*. 2016. № 6. С. 106-107.
4. Лapidус Л.В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией: учебник. Москва: ИНФРА-М, 2020. 479 С.
5. Малик І.П. Тенденції розвитку інформаційної економіки в Україні. *Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту*. Вип. 1 (14). 2013. С. 25-34.
6. Машкаров Ю.Г. Тенденції розвитку інформаційної інфраструктури в Україні. *Новітні інформаційно-комунікаційні технології в модернізації публічного управління: зарубіжний і вітчизняний досвід: матеріали ІІ наук. практ. сем. (м. Дніпропетровськ, 25 квіт 2014 р.)*. Дніпропетровськ: ДРІДУ НАДУ, 2014. С. 69-72.
7. Потапова Н. А. Цифровізація логістичних ланцюгів. *Облік, аналіз і контроль в стратегії розвитку економіки України: матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф.(м. Луцьк, 27 квіт. 2019 р.)*. Вип. 12. Ч. 1. Луцьк: ІВВ

Луцького НТУ, 2019. С. 275-276.

8. Служби доставки України: можливості та актуальні тарифи 2020 року.
URL://www//https://maanimo.com/ua/helpful/142803-sluzhbi-dostavki-ukrayini

9. Не только лишь все: как карантин изменил рынок онлайн-доставки продуктов питания. URL:
//www//https://retailers.ua/news/medejment/10273-kak-karantin-izmenil-rynok-onlayn-dostavki-produktov-pitaniya

Статтю отримано: 27.04.2020 / Рецензування 03.06.2020 / Прийнято до друку: 20.06.2020

Alona Goloborodko

Ph.D. (in Economics), Associate Professor
of the Department of Enterprise Economics and Social Technologies
State University of Telecommunications
Kyiv, Ukraine

E-mail: alona.goloborodko.decor@gmail.com

ORCID: 0000-0001-5416-0526

Svitlana Lehominova

Doctor of Economics Sciences, Associate Professor
Head of the Department of Information and Cyber Security Management
State University of Telecommunications
Kyiv, Ukraine

E-mail: chiarasvitlana77@gmail.com

ORCID: 0000-0002-4433-5123

MODERN FEATURES OF DEVELOPMENT OF LOGISTIC STREAMS IN THE CONDITIONS OF DIGITAL ECONOMY

Abstract

Introduction. *The evolution of information technology and the further development of the digital economy contribute to the growth of the global market for logistics flows. In 1990 no one thought about how the advent of the Internet will affect the economy as a whole and in each individual area in particular. And while at that time many had no idea what the World Wide Web is, today the issue of cloud technologies, electronic business and electronic commerce is the number one topic for the entire business environment.*

Knowledge of the developmental features, depending on their field of activity, the penetration of technologies of effective Development Management ensures enterprises achieve commercial goals. The development of logistics flows in the context of digitalization has been dealt with by many scientists. However, it requires special attention and clarification of the concept of the main components of logistics flows, their nature and the identification of new areas or transformations existing in the digital economy.

Methods. *The methodological basis of the article was the current provisions of the theory of innovation, methods of scientific knowledge; analysis and synthesis; abstract and logical (theoretical generalizations and conclusions) a comparative method and a system-structural method, which allowed us to identify new ways of developing logistics flows and the formation of trends. The methods of logical generalization, synthesis, and special marketing methods were used to study the characteristics of the development of delivery enterprises.*

Results. *It is proved that the rapid development of the digital economy affects the trends in the development and transformation of all areas of economic activity. The activation of many agents of the market of logistics flows was analysed and revealed. The flexibility of managing modern enterprises and their quick adaptation to circumstances is emphasized, it is indicated that reformatting their use from one sphere to another is possible, if motivated. The need for the introduction of new business methods, the development of online technologies to meet the needs of consumers was confirmed.*

Discussion. *Prospects for further research will be focused on forecasting and modelling the prospects for the development of logistics flows in digitalization based on quality and efficiency.*

Keywords: *digital economy, development, logistics flows, transport, delivery.*

References

1. Apalkova V.V. (2015). Kontseptsiya rozvytku tsyvrovoy ekonomiky v Yevrosoyuzi ta perspektyvy Ukrainy [Concept of Digital Economy Development in EU and Prospects of Ukraine]. *Visnyk Dnipropetrovs'koho universytetu. Seriya: Menedzhment innovatsiy* [Bulletin of Dnipropetrovsk University. Series: Innovation Management], 4, 9-18.
2. Veretyuk C.M. (2016). Vyznachennya pryoritetnykh napryamkiv rozvytku tsyvrovoy ekonomiky v Ukraini [Determination of priority directions of digital economy development in Ukraine]. *Naukovi zapysky Ukrainy's'koho naukovodoslidnoho instytutu zv'yazku* [Scientific notes from the Ukrainian Telecommunication Research Institute], 2, 51-58.
3. Kolyadenko S.V. (2016). Tsyfrova ekonomika: peredumovy ta etapy stanovlennya v Ukraini i u sviti [Digital economy: preconditions and stages of formation in Ukraine and in the world]. *Ekonomika. Finansy. Menedzhment*. [Economy. Finances. Management], 6, 106-107.
4. Lapidus L.V. (2020). Tsyfrovaya ekonomika: upravleniye elektronnyim biznesom i elektronnoy kommersiyey [Digital Economy: E-Business and E-Commerce Management]. Moskva: INFRA-M.
5. Malyk I.P. (2013). Tendentsiyi rozvytku informatsiynoi ekonomiky v Ukraini [Trends in Information Economy Development in Ukraine]. *Visnyk Shkhidnoyevropeys'koho universytetu ekonomiky i menedzhmentu* [Bulletin of the Eastern European University of Economics and Management], 1 (14), 25-34.
6. Mashkarov YU. H. (25 kvit. 2014). Tendentsiyi rozvytku informatsiynoi infrastruktury v Ukraini [Tendencies of Information Infrastructure Development in Ukraine]. *Novitni informatsiyno-komunikatsiyi tekhnolohiyi v modernizatsiyi publichnoho upravlinnya: zarubizhnyy i vitchyznyanyy dosvid*. [The latest information and communication technologies in the modernization of public administration: foreign and domestic experience]. Dnipropetrovsk: DRIDU NADU.
7. Potapova N. A. (27 kvit. 2019). Tsyfrovizatsiya lohistychnykh lantsyuhiv [Digitalization of logistics chains]. *Oblik, analiz i kontrol' v stratehii rozvytku ekonomiky Ukrainy* [Accounting, analysis and control in the strategy of economic development of Ukraine], 12(1), 275-276.
8. Sluzhby dostavky Ukrainy: mozhlyvosti ta aktual'ni taryfy 2020 roku [Delivery Services of Ukraine: Opportunities and Current Rates for 2020]. Retrieved from [//www//https://maanim.com/ua/helpful/142803-sluzhbi-dostavki-ukrayini](https://maanim.com/ua/helpful/142803-sluzhbi-dostavki-ukrayini)
9. Ne tol'ko lish' vse: kak karantin izmenil rynek onlayn-dostavki produktov pitaniya [Not only everything: how quarantine has changed the online food delivery market]. Retrieved from [//www//https://retailers.ua/news/menedjment/10273-kak-karantin-izmenil-ryinok-onlayn-dostavki-produktov-pitaniya](https://retailers.ua/news/menedjment/10273-kak-karantin-izmenil-ryinok-onlayn-dostavki-produktov-pitaniya)

Received: 04.27.2020 / Review 06.03.2020 / Accepted 06.20.2020

