

Логистика и e-commerce: принципы взаимодействия и перспективы развития

Научный руководитель – Корчагина Елена Викторовна

Бойко И.А.¹, Захаренко А.В.²

1 - Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия, *E-mail: bojko.98@inbox.ru*; 2 - Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия, *E-mail: zaharenckoalina@yandex.ru*

В современном мире приоритетной становится идея взаимодействия человека с технологической средой, включающей построение электронной инфраструктуры. Цифровые технологии и инновационные бизнес-модели в совокупности с системным подходом стирают национальные границы и ускоряют информационный обмен.

Сегодня, технологии и операции, составляющие основу электронной коммерции, создают условия для повышения эффективности деятельности экономических субъектов посредством сокращения времени организации сделок и получения необходимой информации [4]. Главная особенность e-commerce заключается в том, что привычные магазины становятся доступны в режиме «online», что позволяет повысить уровень конкурентоспособности на рынке электронных услуг. Электронная коммерция имеет следующие преимущества: сокращение маркетинговых и транзакционных издержек, разрешение проблем в вопросах территориальной удалённости, возможность выхода малого и среднего бизнеса на мировой рынок, повышение прозрачности рынка. [3]

Продвижение цифровизации приводит к необходимости изменения многих логистических принципов и методов, что в свою очередь приводит к формированию новых стандартов и требований. Данные изменения ориентированы на усовершенствование процесса обработки поступающих заказов, управления цепями поставок, а также организацией качественного обслуживания.

Одной из приоритетных задач интернет-магазинов является обеспечение организации эффективной операционной деятельности, что обуславливает роль логистики в развитии интернет-торговли. При этом вводятся такие инноваций, как увеличение скорости, гибкости и удобства доставки, создание новых моделей доставки, развитие «последней мили», автоматизация, консолидация и децентрализация логистики, развитие «fulfillmentservices».[5] Такой инструмент как «fulfillmentservices» включает в себя перечень принципов и подходов, направленных на удовлетворение текущих потребностей бизнеса в сфере интернет-торговли.[1]

Одним из лидеров данного сегмента, и основным конкурентом офлайн - торговли, является Amazon, который использует инновационную систему - совокупность Sap-решений, направляющую покупателя в ходе совершения покупки, с одного этапа на другой. В сфере логистики Amazon сфокусирована на доставках «последнего километра» и концепции «fulfillment». Следовательно, взаимодействие логистики и e-commerce создает условия для нового уровня ведения бизнеса, делая его более конкурентоспособным и привлекательным для потенциальных и реальных покупателей.

В целом, можно отметить, что развитие e-commerce ставит перед логистикой задачи приспособления к новым условиям функционирования, применимым как к традиционному ведению бизнеса, так и к новым бизнес-моделям.[2]

Источники и литература

- 1) Винокурова П. Логистика для e-commerce// Маркет Гайд. Логистика. 2012. No. 3. С. 22-24.

- 2) КиберЛенинка: <https://cyberleninka.ru>
- 3) ФБ.ру: <http://fb.ru/>
- 4) Экономика в новом информационном пространстве: <http://rvles.ieie.nsc.ru/parinov/>
- 5) Хабр: <https://habr.com/ru/company/yambox/blog/304760/>