

ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСУ ДОСТАВКИ ПРОДУКТІВ, ЩО ЗАМОВЛЯЮТЬСЯ ЧЕРЕЗ МЕРЕЖУ ІНТЕРНЕТ

Пунтус Т. К., магістр 1 курсу факультету транспортних систем та технологій
Рославцев Д. М., канд. техн. наук, доц. каф. транспортних систем і логістики

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

Онлайн-торгівля має досить динамічний та стабільний розвиток на ринку, тому дослідження підходів транспортного обслуговування під час реалізації готової продукції он-лайн є актуальним, це дозволяє покращити організацію існуючих способів доставки, розробити нові шляхи вирішення питання доставки товарів до їх споживачів. В табл. 1 представлена інформація аналізу супермаркетів, магазинів та інтернет-магазинів, що здійснюють продаж продуктів харчування онлайн та надають послугу їх доставки в м. Харкові.

Таблиця 1 – Аналіз ринку інтернет-торгівлі продуктами харчування у м. Харків

№	Назва магазину	Адреса, сайт	Вид доставки
1	"Рост"	http://rost.kh.ua/payment	Кур'єрська доставка; Самовивіз
2	"Метро"	м. Харків 61080, просп. Гагаріна 187/1 https://metro.zakaz.ua	Планова доставка; Самовивіз
3	"PRODUKTOFF"	м. Харків, Героїв Праці, 9, ТРЦ "ДАФІ" https://kharkiv.produktoff.com	Кур'єрська доставка; Самовивіз
4	"МЛК"	м. Харків 61068, вул. Тарасівська, 3 https://mlk-trade.com/info/about.html	Кур'єрська доставка; Самовивіз
5	"Осьміног"	http://8nog.com.ua	Кур'єрська доставка
6	Таврія В	м. Харків, просп. Гагаріна, 30 http://www.tavriav.ua	Кур'єрська доставка; Самовивіз
7	"Intermeals"	https://intermeals.ua	Кур'єрська доставка
8	"Булка"	http://bulka.ua	Планова доставка Кур'єрська доставка
9	"Амбарь"	http://ambar.in.ua	Кур'єрська доставка

Основними видами доставки продуктів харчування, що замовляються через мережу інтернет є кур'єрська доставка, планова доставка та самовивіз. На рис. 1 зображено сегментацію ринку за типом доставки. Таким чином, найчастіше споживачеві надається послуга доставки кур'єром – 78%.

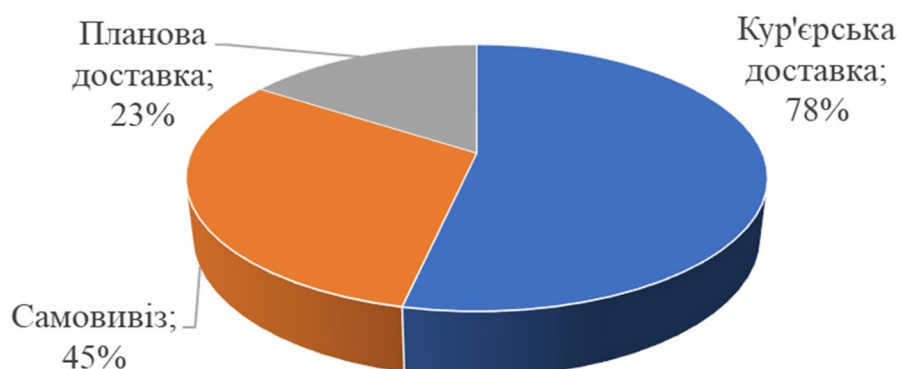


Рисунок 1 – Діаграма сегментації ринку інтернет-торгівлі за типом доставки

Основним показником для покупця, що впливає на вибір магазину є термін доставки. Проаналізувавши всі існуючі варіанти в м. Харкові можна зробити висновок, що у 67% магазинів товар буде мати середній час доставки (8-10 годин) після підтвердження замовлення; 10% доставляють товар більше ніж протягом 10 годин; 23% - два магазини, доставляють замовлення терміново (менше 8 годин), рис. 2.

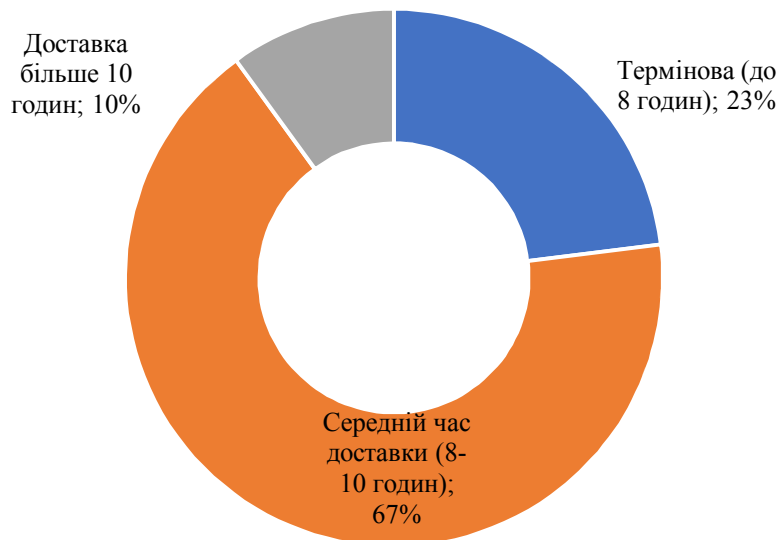


Рисунок 2 – Діаграма розподілу інтернет-магазинів за часом доставки товарів до споживачів

Серед всіх представлених магазинів та супермаркетів в м. Харкові ціна доставки різниться. Виявлені фактори, що впливають на формування вартості доставки замовлення представлені на рис. 3.

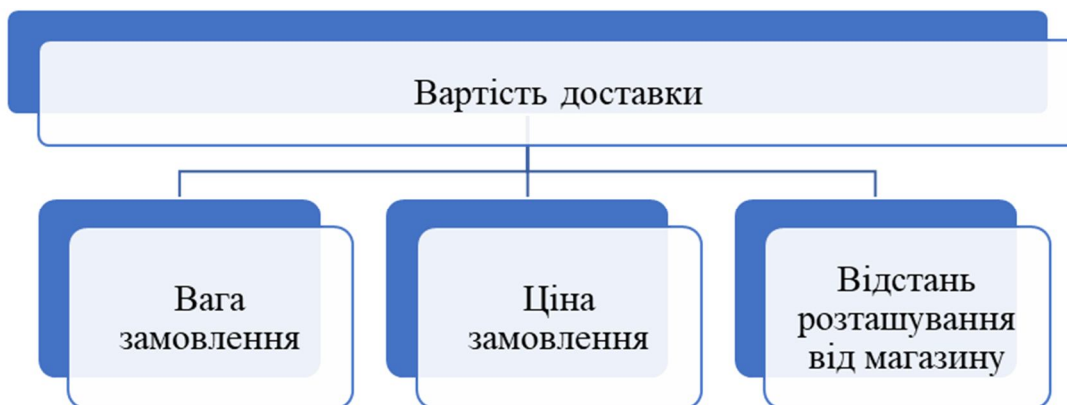


Рисунок.3 – Фактори ціноутворення вартості доставки

Таким чином, проведено аналіз стану процесу доставки продуктів у м. Харкові, що замовляються через мережу Інтернет. У подальшому доцільним вважається дослідити процеси організації перевезення продуктів, що реалізуються через Інтернет, виявити закономірності, що дозволять підвищити ефективність процесу перевезення та розробити практичні рекомендації щодо зменшення негативного впливу від вантажного транспорту у місті.