

**PROBLEMS AND DEVELOPMENT PROSPECTS
OF PERISHABLE FOOD SUPPLY CHAIN MANAGEMENT
IN THE CONDITIONS OF ECONOMY DIGITALIZATION**

**ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАЧАЇ
ШВИДКОПСУВНИХ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ
В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ**

Активне поширення глобалізаційних процесів, розвиток бізнес-середовища в Україні та світі, тісно пов'язані з появою і використанням нових форм та інструментів управління процесами соціально-економічного розвитку суб'єктів підприємництва.

Особливо актуальними є питання пошуку нових методів, формування нових підходів та моделей розвитку підприємств та управління ланцюгами постачання швидкопсувних продуктів харчування (далі – ШПХ) в умовах цифровізації економіки та суспільства.

Це, в свою чергу, дозволить підвищити прибутковість підприємств, як виробників ШПХ, так і підприємств автомобільного транспорту, що надають послуги по перевезенню такої продукції.

Проблеми та перспективи розвитку управління ланцюгами постачання ШПХ в умовах цифровізації економіки є актуальним питанням сучасної науки та відповідають сьогоденним потребам підприємництва.

Однією із основних проблем є відсутність єдиної концепції розвитку управління ланцюгами постачання ШПХ в умовах цифровізації економіки. Створення такої загальної концепції дало б можливість підвищити ефективність підприємництва в цій сфері. Адже, наявними є велика кількість втрат ШПХ в ланцюгах постачання, які потім перетворюються у відходи, що, в свою чергу негативно відображаються на екологічній ситуації в країні та світі [1].

Створення концепції управління ланцюгами постачань ШПХ в умовах цифровізації дасть можливість більш чітко координувати дії учасників такого ланцюга. Наприклад, для підприємств автомобільного транспорту така концепція забезпечить можливість сталого розвитку, буде сприяти збільшенню обсягів перевезень, зростанню прибутковості, підвищенню їх конкурентоспроможності на ринку тощо.

Якщо розглядаємо цифрову економіку, то слід зазначити, що вчений Томас Мезенбург [2] виділяє три основні компоненти цифрової економіки:

- підтримуюча інфраструктура (апаратне та програмне забезпечення, телекомунікації, мережі та ін.);
- електронний бізнес (ведення господарської діяльності та будь-яких інших бізнес-процесів через комп'ютерні мережі);
- електронна комерція (дистрибуція товарів через інтернет).

Всі ці компоненти є важливими і при управлінні ланцюгами постачань ШПХ.

Сьогодні, ланцюга постачань ШПХ в умовах цифровізації економіки слід розглядати як комплекс цифрових або віртуальних підприємств, яких об'єднують види діяльності, що базуються на цифрових технологіях, а також інфраструктурі, що забезпечує функціонування цифрових технологій.

Підприємства такого ланцюга повинні мати обладнання, системи зв'язку, програмні продукти широкого спектра від призначеного для користувача програмного забезпечення до ERP і CRM систем, Використання інструментів Big-data для обробки масиву даних по попиту, обсягам поставок ШПХ.

Для ефективного управління ланцюгами постачань ШПХ важливим є також збір інформації про історію здійснення покупок споживачем.

Із розповсюдженням технологічних можливостей використання мобільних пристроїв, планшетів, створення сайтів як компаніями-виробниками продукції, так і безпосередньо торгівцями продукції виникає й таке поняття як «омніканальності».

За омніканальності передбачається інтеграція всіх фізичних каналів (офлайн каналів) та цифрових каналів (онлайн каналів) для забезпечення використання уніфікованого досвіду роботи із клієнтами [3].

Отже, якщо розглядати використання омніканалу, то такий підхід є актуальним практично для всіх підприємств, що взаємодіють із

споживачами в декількох напрямках – це може бути як і продаж товарів через інтернет, так і безпосередньо споживачу.

Отже, за омніканальності, виникає можливість підвищити ефективність просування продукції по каналам розподілу, тим самим виникає можливість зменшення витрат в ланцюзі постачань ШПХ та більш ефективно та багатогранно взаємодіяти із споживачем в умовах цифровізації економіки.

Отже, ефективний розвиток управління ланцюгами постачань ШПХ в умовах цифровізації економіки є актуальним для підприємництва, так як надає конкурентні переваги.

Література:

1. Сопочко О. Ю. Методичні підходи до управління постачаннями швидкопсувних продуктів харчування в умовах реалізації концепції управління ланцюгами постачань. *Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України*. 2017. № 6/2017. С. 141–145.

2. Mesenbourg Thomas L., Atrostic B.K. Measuring the U.S. Digital Economy: Theory and Practice. U.S. Bureau of the Census. URL: <https://2001.isiproceedings.org/pdf/1074.PDF> [in English].

3. A briefing on Managing Omnichannel retail (2013, March 5). Smartinsights. URL: <https://www.smartinsights.com/online-brand-strategy/multichannel-strategies/a-briefing-on-managing-omnichannel-retail/> [in English].