

*Ли Дунхао*

магистрант

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный

экономический университет»

г. Санкт-Петербург

DOI 10.31483/r-33414

## РАЗРАБОТКА ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СТРАТЕГИИ ЗАКУПОК ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

**Аннотация:** в статье рассматривается логистическая стратегия закупок торгового предприятия на основе цифровых технологий для наиболее эффективной деятельности предприятия, а также для повышения качества обслуживания клиентов.

**Ключевые слова:** логистика, закупки, цифровизация, информационные технологии.

Растущая цифровизация в сфере логистики и цепочки поставок затрагивает практически все процессы, продукты и бизнес-модели компаний. В частности, цифровая трансформация компаний означает изменение процессов ценообразования посредством разработки существующих цифровых технологий и внедрения новых, корректировки бизнес-стратегий в соответствии с новыми цифровыми бизнес-стратегиями, а также приобретения необходимых навыков и квалификации для цифровизации [1].

Инновационные технологические концепции действуют как двигатель цифрового преобразования логистической стратегии закупок. Широчайшее распространение и наибольшая актуальность этих концепций были сформулированы при исследовании систем планирования ресурсов предприятия и систем управления складами. Ожидается, что в ближайшие пару лет возрастет значение прогнозирующей аналитики, постоянного доступа клиентов к данным и сенсорных технологий для мониторинга цепочки поставок.

Оптимизация стимулирует изменения в цепочке создания стоимости, а также способствует достижению логистических целей. Становится очевидно, что надежность поставок и специфические требования клиента имеют первостепенное значение для достижения целей логистики [2]. Требуется последовательное соблюдение этих целей, поскольку изменение поведения покупателей требует индивидуализации продукта, услуги и потока продукта. В связи с этим неизбежен обмен данными, в том числе между многочисленными участниками цепочки поставок. Помимо необходимости стандартизации передачи данных было установлено, что существует потенциал расширения классификации таких данных, в частности, данных о нарушении поставки материалов для создания продукта, инвентаризации и планировании производства, прогнозах спроса, а также начале и окончании производства.

Цифровая трансформация требует последовательного и активно продуманного изменения бизнеса. Следовательно, цель должна заключаться в том, чтобы закрепить цифровое преобразование как неотъемлемую часть общей стратегии. Такое преобразование бизнес-моделей может быть распространено на деятельность компании по закупке товаров. Специальный технологический календарь или график закупок помогает: (а) фиксировать и отслеживать текущие и будущие разработки компании в структурированном виде и (б) систематически инициировать внедрение соответствующих технологических концепций [3]. Размышляя о будущих бизнес-моделях и технологических концепциях, необходимо учитывать их на всех этапах цепочки поставок. Будущие клиенты и их потребности должны быть центральным элементом цепочки поставок. Таким образом, необходимо повышение квалификации работников компании в области информационных технологий.

Цифровизация бизнес-процессов и прозрачность в цепочке поставок рассматриваются как некоторые из наиболее важных тенденций в логистике и управлении цепями поставок [4]. Темы информационных технологий и данных играют центральную роль в цифровой трансформации и должны быть закреплены в стратегии компании. Цель состоит в том, чтобы создать подходящий

уровень прозрачности в цепочке поставок. Постоянный доступ клиента к данным определен как будущая ключевая технологическая концепция [4]. Технология цифрового сбора данных является важной основой для стратегии закупок предприятия. Сотрудники, партнеры и клиенты могут получать агрегированные данные, соответствующие их требованиям, а также получать информацию через мобильные устройства. Здесь важно определить конкретные преимущества этих технологий для всех сторон и постоянно держать их в центре внимания в процессе изменений. Все участники цепочки поставок должны «открыть» свои ИТ-системы и обеспечить согласованный обмен данными через совместно определенные стандарты и интерфейсы.

Доступность данных может использоваться в качестве отправной точки для адаптации бизнес-моделей. Все элементы бизнес-модели должны быть изучены для определения их потенциала цифровизации. Существует два основных способа корректировки бизнес-модели на основе данных [5]: один может оптимизировать внутренние процессы компании или повысить производительность/продукт, с одной стороны, или предложить новые услуги/продукты, с другой. Однако очевидно, что экспертам и руководителям по логистике и управлению цепочками поставок необходимо наверстать упущенное в отношении необходимых навыков в области ИТ, таких как знания в области программирования, навыки анализа данных и интуитивное управление с помощью ИТ. Чтобы воспользоваться возможностями цифровой трансформации, эти недостатки должны быть преодолены с помощью соответствующей стратегии и соответствующих мер. Для достижения этого в корпоративном секторе доступен ряд ресурсосберегающих мер для интеграции компетенций.

Тенденции индивидуализации и сложности закупок продолжают формировать логистику и управление цепями поставок. Существует значительная конкуренция, поэтому важно стратегически расставить приоритеты для инноваций, чтобы дифференцировать себя на рынке и, таким образом, обеспечить собственную конкурентоспособность. Прогнозная аналитика должна использоваться для стимулирования инноваций. Это не только позволяет оптимизировать поток

продуктов и улучшить доступность товаров на всех этапах создания стоимости, но также обеспечивает основу для новых бизнес-моделей. Это необходимые инновации при цифровой трансформации в логистике и управлении цепями поставок. Разнообразные и гибкие логистические концепции выгодны в высококонкурентной среде. Это касается как технических, так и организационных структур сотрудничества. В будущем они должны быть скорректированы еще больше для более быстрой адаптации, что открывает возможность быстро принимать смелые решения и управлять рисками через существующие заранее определенные пути.

Таблица 1

Карта стратегии цифровой трансформации логистики  
и управления цепочкой поставок

	Цифровая трансформация в логистике и управлении цепями поставок		
<i>Стратегические направления</i>	Изменение/преобразование компании (Цифровое преобразование является неотъемлемой частью стратегии)	ИТ и данные (прозрачность гарантируется по всей цепочке поставок)	Инновации (обеспечивают конкурентоспособность)
<i>Новые бизнес-модели</i>	Цифровое преобразование, закрепленное в стратегии	Активное и целенаправленное использование доступных данных	Инновации в бизнес-модели
<i>Изменения требований к компетенции персонала</i>	Структурное определение требований к навыкам	Целевое развитие навыков ИТ	Развитие культуры цифрового пространства
<i>Изменения в цепочке поставок</i>	Постоянная ориентация на клиента	Обеспечение непрерывного обмена данными	Быстрое развитие ИТ-сетей

Усилия по цифровизации часто предпринимаются в небольших индивидуальных проектах с различными намерениями и интенсивностью, но базовая стратегия по цифровизации часто все еще отсутствует. Чтобы воспользоваться возможностями цифровой трансформации, необходимо сначала создать личное, внутреннее, согласованное понимание и сделать эту тему стратегическим якорем, заложив тем самым основу для необходимых изменений в бизнесе.

---

**Список литературы**

1. Плотников В.А. Цифровизация производства: теоретическая сущность и перспективы развития в российской экономике // Известия СПбГЭУ. – 2018. – №4. – С. 16–23.
2. Ларин О.Н. Вопросы трансформации рынка транспортно-логистических услуг в условиях цифровизации экономики / О.Н. Ларин, В.П. Куприяновский // International Journal of Open Information Technologies. – 2018. – №3. – С. 95–101.
3. Пачин П.С. Развитие цифровой экономики во Франции / П.С. Пачин, Д.А. Нефедов, С.И. Акимова // Молодой ученый. – 2018. – №20. – С. 251–253.
4. Стеблюк И.Ю. Бизнес-процессы в условиях цифровой трансформации // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2019. – №3-2. – С. 113–116.
5. Широченко Н.В. Современные технологии на рынке логистических услуг // Решетневские чтения: материалы Международной научно-практической конференции. Вып. 15. – 2011. – С. 768–769.