

**Горский Даниил Викторович**

аспирант

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный

экономический университет»

г. Санкт-Петербург

DOI 10.21661/r-469257

## **СИНЕРГИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ, УПРАВЛЕНИЯ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК И АВТОМАТИЗАЦИИ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ**

***Аннотация:** в статье рассматриваются актуальные для общества цифровой экономики проблемы организации логистики. Постулируется, что электронная торговля одновременно создаёт запрос на системные изменения и предлагает готовые технологические решения для их реализации. Раскрывается потенциальный синергетический эффект применения автоматизации в рамках электронной торговли к процессам управления цепями поставок. Приводится расширенный перечень необходимых элементов, обеспечивающих наиболее полное раскрытие потенциала технологии.*

***Ключевые слова:** электронная торговля, управление цепями поставок, информационные технологии.*

На текущем этапе развития общества ключевым изменением в принципах ведения хозяйственной деятельности стал переход к цифровой экономике (именуемой также сетевой или электронной) [4, с. 13]. Превращение информации в главный фактор производства на сегодня характерно в первую очередь для развитых экономик, но также затрагивает и РФ. Среди сопутствующих изменений, происходящих на мировых рынках:

- рост избирательности и рассредоточение внимания в потребительском спросе,
- необходимость производства под заказ при формировании предложения,
- преобладание тянущих систем и онлайн-рекламы в продвижении,
- мгновенное распространение информации через сети,

- заключение контрактов жизненного цикла и оплата только работоспособных систем,
- смещение фокуса на интернет-зависимые сегменты [1; 3].

В описанной ситуации электронная торговля становится флагманской методологией и отраслью экономики, наиболее полно отвечающей актуальным рыночным запросам. Хозяйствующие субъекты в России для сохранения конкурентоспособности вынуждены внедрять по крайней мере отдельные её элементы, а также активно осваивать связанные информационные технологии. Применение подходов электронной торговли неизбежно влечёт системные изменения в организации, в частности, процесса управления цепями поставок, затрагивающие все его аспекты.

Таким образом переход к цифровой экономике является вызовом для российских предприятий и их логистических департаментов. Однако важно отметить что электронная торговля содержит в себе не только новые требования к системам, но также и готовые инструменты для их реформирования. Неотъемлемая технологическая составляющая делает электронную торговлю наиболее современным способом управления цепями поставок.

По мнению автора, ключевыми признаками процесса управления цепями поставок являются включенность функций планирования, исполнения и контроля заказов на поставку продукции, а также обмена информацией между контрагентами и фокусной компанией целью которого становится координации усилий по удовлетворению спроса и минимизации затрат. В современных условиях обязательной становится его автоматизация, а также расширенный горизонт цепи поставок – обслуживание потребностей клиента с момента их образования и до утилизации продукции.

Среди контрагентов-участников процесса традиционно можно выделить провайдеров, экспедиторов, заводы-изготовители, в то время как их деятельность по оптимизации издержек направлена на материальные, финансовые, информационные и временные параметры. Цифровизация экономики влечёт за собой существенные изменения как в составе участников процесса вытесняя

посредников, так и в структуре затрат, устройстве бизнес-процессов и поведении покупателей.

Чтобы понять возможности возникновения синергетического эффекта управления цепями поставок в сегменте электронной торговли необходимо обратиться к детальному определению последней. Анализ подходов к электронной торговле, представленных в литературе выявил их недостаточную универсальность и невнимание к таким существенным аспектам явления как функции вовлеченных информационных технологий, а также её особой роли в реализации информационных продуктов.

Согласно авторскому определению, электронная торговля – это купля-продажа продуктов и услуг, реализуемая в условиях единого информационного пространства и как следствие глобальной конкурентной среды, в которой применяются цифровые технологии способствующие автоматизации бизнес-процессов, обслуживающих взаимодействие с контрагентами и удовлетворение покупательского спроса, а также обеспечивающие транспортировку услуг и товаров конечному потребителю.

Как видим механизмы электронной торговли способны эффективно покрывать потребности процесса управления поставками в обмене информацией по всей длине расширенной цепи и автоматизации бизнес-процесса. Можно ожидать что реализация синергетического эффекта применения автоматизации в рамках электронной торговли к процессам управления цепями поставок даст существенное конкурентное преимущество первопроходцам на российском рынке. Однако следует помнить о важности инфраструктуры для должного функционирования электронной торговли.

На наш взгляд существует перечень элементов, без которых поддержание базового уровня деятельности в данной сфере, а тем более развитие сегмента невозможно, все они представлены в структурированном виде в таблице 1. Заметим, что между элементами имеется иерархическая связь, можно выделить два уровня (фундаментальные и частные функции и процессы).

Структура базовых элементов электронной торговли

|                                 | Мотивация к договоренности                      | Достижение договоренности                         | Реализация договоренности                                   | Обеспечение безопасности реализации                        |
|---------------------------------|-------------------------------------------------|---------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| Фундаментальная функция/процесс | Электронный маркетинг                           | Электронный обмен данными                         | Электронное движение капитала (+ электронный обмен данными) | Механизм защиты и верификации информации по сделке         |
| Частная функция/процесс         | Электронное представительство компании-продавца | Заключение электронных торговых операций (сделок) | Проведение банковских операций, денежных расчётов           | Шифрование данных и подтверждение подлинности контрагентов |

По направленности базовые для электронной торговли процессы можно подразделить на склоняющие клиента к заключению сделки с продавцом, ведущие к достижению договоренности об условиях сделки, и наконец, обслуживающие проведение сделки, в частности оплату по ней.

Значительная часть представленных элементов рассматривалась ранее в работах Калужского [2, с. 91–94]. Автором дополнительно выделены следующие инфраструктурные элементы:

– электронное представительство компании-продавца или конкретного продукта (сайт в сети Интернет), которое является в описанной структуре частным дополнением для функции мотивации к договоренности;

– обеспечение безопасности реализации как ещё одно направление процессов. Фундаментальной функцией здесь выступает электронная система безопасности предотвращающая несанкционированный доступ и использование информации. Частной функцией является шифрование данных и подтверждение подлинности контрагентов.

Развитие представленных элементов, в том числе и путём формирования ясного правового поля в указанных областях в России позволит обеспечить оптимальное функционирование и дальнейшее ускоренное развитие электронной торговли и логистических процессов в стране с сопутствующими

конкурентными преимуществами на мировом рынке вытекающими из реализации описанной в статье синергии и несомненно окажет позитивное влияние на развитие благосостояния российского общества.

### ***Список литературы***

1. Банке Б. Россия онлайн? Догнать нельзя отстать / Б. Банке, Е. Сычева [и др.] // The Boston Consulting Group. – 2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://image-src.bcg.com/Images/BCG-Russia-Online\\_tcm27-152058.pdf](http://image-src.bcg.com/Images/BCG-Russia-Online_tcm27-152058.pdf) (дата обращения: 07.02.2018).
2. Калужский М.Л. Электронная коммерция: маркетинговые сети и инфраструктура рынка. – М.: Экономика, 2014. – 328 с.
3. Маляров Д. Цифровая экономика. Трансформация традиционной бизнес модели // АНК. Представительство немецкой экономики в Республике Беларусь. – 2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://belarus.ahk.de/fileadmin/ahk\\_belarus/Dokumente/AGII/SAP\\_Cifrovaja\\_ehkonomika.pdf](http://belarus.ahk.de/fileadmin/ahk_belarus/Dokumente/AGII/SAP_Cifrovaja_ehkonomika.pdf) (дата обращения: 07.02.2018).
4. Юдина Т.Н. Осмысление цифровой экономики // Теоретическая экономика. – 2016. – №3. – С. 12–16 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://istina.msu.ru/publications/article/26810737/> (дата обращения: 07.02.2018).