

можно отнести Comfy.ua, Allo.ua, Foxtrot.com.ua, Citrus.ua, Moyo.ua, Stylus.ua, Eldorado.ua, Mobilluck.com.ua и Elmir.ua.

Price aggregators – ресурсы, предоставляющие данные о продукции и её цене. В Украине такими ресурсами являются Hotline.ua, Ek.ua, M.ua, Pn.com.ua, Sravni.ua, Price.ua.

Украинские marketplace, площадки для сравнения и приобретения товаров, представлены такими ресурсами Prom.ua, Rozetka.ua, Bigl.ua, Privatmarket.ua.

Klassifayd – ресурсы предоставляющие тематически объединённые объявления. Самыми популярными в Украине классфайдами являются Olx.ua, Besplatka.ua.

Лидерами популярных категорий площадок среди национальной службы доставки с большим отрывом остается «Новая почта», в след за ней свои позиции сохраняет «Укрпочта», а среди экспресс-доставки амбассадоры Glovo, Raketa [3].

Электронная коммерция становится всё популярнее на территории Украины и за ее пределами (особенно покупки из Китая-основываются на отзывах клиентов), при этом клиент получает больше влияния на успешность того ли иного бизнеса. Компании совершают ряд действий, чтобы усилить лояльность клиентов и оставить позитивные впечатления от взаимодействия с компанией на разных стадиях выбора и совершения покупки, а также получении положительных отзывов на своем счету.

Литература

1. Электронная коммерция [Электронный ресурс] – Режим доступа к ресурсу: <https://e-commerce.com.ua>.
2. Шансы Украины в мировом e-commerce [Электронный ресурс] – Режим доступа к ресурсу: <https://vlasnasprava.ua/ivan-portnoj-o-shansah-ukrainy-v-mirovom-e-commerce>.
3. Обзор украинских служб доставки [Электронный ресурс] – Режим доступа к ресурсу: <https://horoshop.ua/blog/obzor-ukrainskikh-sluzhb-dostavki>.

УДК 339.338

Вікторія Лісіца

*к.е.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»,
vvlisitsa@gmail.com*

НАПРЯМИ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЗАКУПОК ЗА УМОВ РОЗВИТКУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

НАПРАВЛЕНИЯ ТРАНСФОРМАЦИИ ЗАКУПОК В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

DIRECTIONS OF TRANSFORMATION OF PURCHASES IN THE CONDITIONS OF DEVELOPMENT OF DIGITAL TECHNOLOGIES

Анотація. У статті розглянуто специфіку процесу цифрової трансформації закупівель. Охарактеризовані сучасні технології, що дозволяють здійснити цифрову трансформацію закупівельної логістики, до числа яких відносяться штучний інтелект, віртуальна інтеграція з постачальниками на базі платформ, предикативна аналітика, блокчейн і т. ін. Розглянуто можливості застосування даних технологій в процесах управління закупівлями і управління постачальниками.

Аннотация. В статье рассмотрена специфика процесса цифровой трансформации закупок. Охарактеризованы современные технологии, позволяющие осуществить цифровую трансформацию закупочной логистики, к числу которых относятся искусственный интеллект, виртуальная интеграция с поставщиками на базе платформ, предикативная аналитика, блокчейн и т.д. Рассмотрены возможности применения данных технологий в процессах управления закупками и управления поставщиками.

Abstract. The article discusses the specifics of the digital transformation of procurement. Modern technologies have been characterized that allow digital transformation of procurement logistics, which include artificial intelligence, virtual integration with platform-based suppliers, predictive analytics, blockchain, etc. The possibilities of using these technologies in procurement and supplier management processes are considered.

Цифрова трансформація сьогодні є тим явищем, яке безпосередньо визначає конкурентоспроможність бізнесу та його ефективність. За визначенням аналітиків компанії Boston Consulting Group (BCG), цифрова трансформація передбачає максимально повне використання потенціалу цифрових технологій в усіх аспектах бізнесу [1]. Рух до цифрової трансформації відбувається за трьома ключовими напрямками: взаємовідносини з клієнтами, операційні процеси фірми і бізнес-моделі фірми. Цифрова трансформація бізнесу, як правило, дає позитивні результати не відразу, а в довгостроковій перспективі, так як суттєві за обсягом інвестиції в технологічні та зміни, пов'язані з ними, мають тривалий період окупності.

Сьогодні цифровізація є основним інструментом підвищення ефективності закупівель. Завдяки цифровізації закупівельної функції ціннісна пропозиція компанії набуває нової якості та змісту, хоча й потребує значних ресурсів та часу.

Процес закупівель стає відкритішим та більш прозорим, що позитивно впливає на діяльність постачальників та економічний стан компанії в цілому.

Традиційно, процес закупівель складається з таких основних циклів:

- «Від планування до стратегії» (P2S) – охоплює визначення товарних груп, вибудовування закупівельних процесів, виділення ресурсів на закупівлі, визначення категорійної стратегії;
- «Від вибору постачальника до контракту» (S2C) – включає визначення окремих проектів, пошук та вибір постачальників, перемови про ціни та умови постачання, підписання контракту;
- «Від заявки до оплати» (P2P) – охоплює обробку замовлень на закупівлю, складання заявки на закупівлю, адміністрування приймання товару, оплату рахунків, доставку;
- «Управління постачальниками» (SM) – передбачає розробку закупівельної стратегії, управління ризиками тощо.

Як відомо, зниження витрат в сфері закупівель є одним з розповсюджених способів підвищення ефективності бізнесу. Але провідні учасники ринку розглядають закупівельну діяльність не тільки з позиції скорочення витрат, а й з позиції створення нею вартості.

Ефективні закупівельні функції починаються з визначення напрямів створення цінності (економія витрат, якість, інновації, швидкість, управління ризиками тощо), які мають вирішальне значення в процесі реалізації ключової ціннісної пропозиції. Відзначимо, що широко застосовувані практики здійснення закупівель, до яких належать категорійний менеджмент, стратегічне партнерство з постачальниками, аутсорсинг закупівель, зростання долі контрольованих витрат, спільні закупівлі, електронні закупівлі, продовжують залишатися актуальними. Разом з тим, сучасний розвиток цифрових технологій вплинув не тільки на трансформацію ланцюгів поставок, але й на способи створення цінності закупівельною логістикою. Основні ключові технології перетворюють операційні моделі закупівель за такими напрямками: формування центральної групи, сфокусованої на стратегічних закупівлях і взаєминах з постачальниками; віртуальна інтеграція з постачальниками на базі платформ; прямий зв'язок споживача і постачальника, застосування самообслуговування (там, де це можливо).

У цифрову епоху S2C-цикл стає більш передбачуваним, з прозорими базами постачальників, цінами і витратами, тим самим забезпечуючи закупівельникам умови для досягнення прозорих і взаємовигідних угод з постачальниками. P2P-цикл також стає більш автоматизованим. Транзакції (обробка замовлень на закупівлю, складання заявки на закупівлю, адміністрування приймання товарів, оплата рахунків) підлягають автоматизації, і, відповідно, значно меншого втручання фахівців служби закупівель. Управління

постачальниками у SM-циклі стає більш проактивним, так як оцінка постачальників і управління ризиками стає превентивною. [2-4]

Цифрова трансформація в закупівлях одночасно пов'язана зі змінами за такими напрямками:

- цифрові технології потребують радикальної адаптації вже наявних навичок фахівців із закупівель до нового технологічного середовища, використання відповідних цифрових технологій з метою розвитку різних напрямів створення вартості;
- розширення можливостей систем управління ефективністю щодо використання нових цифрових інструментів управління ефективністю та визначення впливу на неї закупівельної діяльності;
- зростання ролі цифрової аналітики в процесі закупівель через надання доступу до значних масивів структурованих даних та застосування комплексного аналізу, що дає можливість формувати кастомізовані закупівельні стратегії та в цілому підвищувати ефективність закупівельних операцій [2-4]

За прогнозами експертів, в результаті розвитку цифрових технологій процеси S2C та P2P зазнають суттєвих змін. Так, на процеси S2C впливатиме AI, за допомогою якого фахівці із закупівель зможуть приймати оптимальні рішення щодо забезпечення найбільшої економії, а також досягнення цілей інноваційної діяльності на основі передбачення попиту за допомогою штучного інтелекту; знання сукупних витрат для будь-якого товару з будь-якої країни походження; передбачення майбутніх джерел постачання; швидкого узгодження договору і всіх змін до нього через блокчейн і «Розумні контракти».

Автоматизації найбільше впливатиме на процеси P2P: автоматичне визначення потреби в матеріалах і поповнення запасів; усунення дублюючих транзакцій шляхом роботизованої автоматизації процесів; виконання безпечних платежів.

Прийняття оптимальних управлінських рішень в процесах SM базуватиметься на моніторингу закупівельних ризиків в режимі реального часу; поліпшенні аудиту постачальників шляхом краудсорсингу; підвищенні якості досліджень і розробок (R & D) шляхом створення мереж постачальників тощо.

Отже, незважаючи на те, що більшість компаній використовують лише деякі з відомих цифрових технологій в закупівлях, ці технології пропонують широкі можливості для підвищення вартості, що формується завдяки закупівельній діяльності. Використовуючи дані з S2C, P2P, SM-процесів, отримуючи доступ до інновацій постачальника через спільні платформи та лабораторії, застосовуючи поглиблену аналітику закупівельна діяльність забезпечить якісно новий рівень операційної ефективності та досягнення компаніями довгострокових стратегічних цілей.

Література

1. Гарифуллин Б.М., Зябриков В.В. Цифровая трансформация бизнеса: модели и алгоритмы // Креативная экономика. – 2018. – Том 12. – № 9. – С. 1345-1358.
2. Закупки 4.0: цифровая трансформация коммерческих закупок в период Четвертой Промышленной Революции [Электронный ресурс] Режим доступа : https://mwpartners.ru/zakupki_4_0/. Название с экрана.
3. Модель зрелости закупок. Анализ функции закупок в российских компаниях [Электронный ресурс] Режим доступа : <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/ru/pdf/2016/8/ru-ru-procurement-survey.pdf>. Название с экрана.
4. Цифровая трансформация закупок: с места в карьер [Электронный ресурс] Режим доступа : http://www.tadviser.ru/images/8/83/RUS_Jumpstarting_the_Digital_Procurement_Journey.pdf. Название с экрана.