

Научная статья
УДК 658.7:339.33

Некоторые аспекты логистического менеджмента в развитии оптовых предприятий в современных условиях

Анна Александровна Полуботко¹, Севак Грачинович Халатян²

^{1,2} Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), Ростов-на-Дону, Россия
Автор, ответственный за переписку: С.Г. Халатян, sevosarm@mail.ru

Аннотация. Оптовая торговля играет важную роль в управлении рисками в экономических сетях. Оптовики могут сглаживать колебания спроса, поглощая часть риска несоответствия спроса и предложения, который может возникнуть из-за непредсказуемости рыночных условий. Они служат звеном, которое защищает производителей от волатильности рынка, предоставляя им более предсказуемый и стабильный канал сбыта. В мире, где границы экономических рынков перераспределяются с каждым днем и цифровизация неуклонно меняет правила игры, коммерческая деятельность оптовых торговых предприятий стоит на пороге новой эры. Актуальность настоящего исследования обусловлена тем, что данная работа не просто отражает современные вызовы и метаморфозы, с которыми сталкивается сфера торговли, но и направлена на поиск эффективных методов преобразования коммерческих и логистических процессов. Эти преобразования, стимулированные ускоренным развитием технологий и сдвигами в международных экономических отношениях, оказывают глубокое влияние на структурные аспекты оптовой торговли, охватывая все уровни ее функционирования. Эти изменения требуют переосмысления традиционных бизнес-моделей и стимулируют разработку инновационных подходов, таких как использование аналитики больших данных, автоматизацию, цифровизацию, а также интеграцию искусственного интеллекта в процессы логистического управления организацией. Целью написания данной научной работы является теоретико-эмпирический анализ и формирование авторского видения перспективы развития оптового сегмента в контексте логистического управления, в ракурсе современных тенденций цифровизации экономики и геополитических вызовов. Подготовка настоящего исследования осуществлялась посредством применения общенаучных и эмпирических приемов экономической науки, базирующихся на системно-междисциплинарном подходе. Представленная работа имеет определенное теоретико-практическое значение ввиду формулирования авторских векторов развития оптового сегмента товарного обращения с позиции логистического инструментария.

Ключевые слова: логистика, экономика, оптовая торговля, автоматизация, цифровизация, развитие

Основные положения:

- ♦ на основании комплексного исследования фундаментальных особенностей деятельности оптовых предприятий в работе обосновывается позиция авторов, что для подобных торговых предприятий целесообразнее сосредоточиться на четкой установке, контроле и совершенствовании логистических бизнес-процессов традиционными методами, прежде чем стремиться к полной автоматизации логистической составляющей, с целью минимизации будущих потерь;
- ♦ важность и своевременность исследования обусловлена анализом теоретико-эмпирических аспектов устойчивого развития и формированием научно-практических рекомендаций по логистизации коммерческой деятельности оптовых предприятий;
- ♦ авторами заключено, что применение инструментария логистического менеджмента является фактором повышения конкурентных преимуществ в сфере товарного обращения в оптовом сегменте.

Для цитирования: Полуботко А.А., Халатян С.Г. Некоторые аспекты логистического менеджмента в развитии оптовых предприятий в современных условиях // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2024. № 4 (234). С. 80–89.

Original article

Some aspects of logistics management in the development of wholesale enterprises in modern conditions

Anna A. Polubotko¹, Sevak G. Khalatyan²

^{1,2} Rostov State University of Economics, Rostov-on-Don, Russia

Corresponding author: S.G. Khalatyan, sevosarm@mail.ru

Abstract. Wholesale trade plays an important role in risk management in economic networks. Wholesalers can smooth out fluctuations in demand, absorbing part of the risk of non-compliance with demand and supply, which may occur due to the unpredictability of market conditions. They serve as a link that protects manufacturers from market volatility, providing them with a more predictable and stable sales channel. In a world where the boundaries of economic markets are redistributed every day, and digitalization steadily changes the rules of the game, the commercial activity of wholesale trade enterprises is on the verge of a new era. The relevance of this study is determined by the fact that this work not only reflects modern challenges and metamorphoses that the field of trade faces, but is also aimed at finding effective methods for transforming commercial and logistics processes. These transformations, stimulated by the accelerated development of technologies and shifts in international economic relations, have a deep effect on the structural aspects of wholesale trade covering all levels of its functioning. These changes require rethinking of traditional business models and stimulate the development of innovative approaches, such as using big data analytics, automation, digitalization, as well as the integration of artificial intelligence into the processes of logistics management of the organization. The aim of writing this scientific work is the theoretical and empirical analysis and the formation of an author's vision of the prospects for the development of wholesale segment in the context of logistics management in the perspective of modern trends in digitalization of the economy and geopolitical challenges. The preparation of this study was carried out through the application of general scientific and empirical methods of economics based on a systemic interdisciplinary approach. The presented work has a certain theoretical and practical value, due to the formulation of the copyright vectors of the development of the wholesale segment of commodity circulation from the position of logistics tools.

Keywords: logistics, economics, wholesale, automation, digitalization, development

Highlights:

◆ on the basis of a comprehensive study of the fundamental features of the activities of wholesale enterprises, the position of the authors is justified in the work, according to which for such trading enterprises it is more advisable to focus on a clear installation, control and improvement of logistics business processes with traditional methods, before striving to complete automation of the logistics component in order to minimize future losses;

◆ the importance and timeliness of the study is determined by an analysis of the theoretical and embroidery aspects of sustainable development and the formation of scientific and practical recommendations for the logistics of commercial activities of wholesale enterprises;

◆ the authors concluded that the use of logistics management tools is a factor in increasing competitive advantages in the field of commodity circulation in the wholesale segment.

For citation: Polubotko A.A., Khalatyan S.G. Some aspects of logistics management in the development of wholesale enterprises in modern conditions // Vestnik of Samara State University of Economics. 2024. No. 4 (234). Pp. 80–89. (In Russ.).

Введение

Экономика России в последние годы сталкивается с рядом уникальных вызовов, среди которых особое место занимают вопросы оптимизации закупочных и сбытовых процессов. Также влияние внутренних и внешних факторов, которые создают дополнительные сложности, подчеркивает резонансность поиска взвешенного решения в этой сфере. Оптовая торговля представляет собой критическое звено в экономической цепочке поставок. Функционируя в рамках широкой экономической сети, оптовики выполняют ключевую роль в обеспечении потоков товаров, отражая спрос и предложение и внося свой вклад в стабилизацию цен. Они действуют как агрегаторы, собирая продукцию от множества производителей и распределяя ее по различным розничным каналам, что позволяет оптимизировать логистические и распределительные процессы.

Актуальность тематики исследования не вызывает сомнения, ибо сущность проблемы, с которой сталкиваются современные оптовые торговые предприятия в маркетинговой и логистической деятельности, во многом связана с невозможностью сохранить свой бизнес в долгосрочной перспективе, путем консервативного управления ресурсами. В условиях агрессивной внешней среды статичность и удержание старых позиций могут стать решающими факторами отставания компаний от конкурентов. Проблема заключается не в том, чтобы просто справиться с текущими вызовами, но и в необходимости прогнозирования будущих тенденций, адаптации к ним, и самое главное, активном участии в формировании новых рыночных реалий. Это подразумевает не только внедрение новых технологий, но и переосмысление корпоративной культуры, управленческих практик и бизнес-моделей. Компании, которые не могут или не хотят адаптироваться к новым условиям, рискуют потерять свою рыночную долю и стать нерентабельными.

В коммерческой деятельности, а также в оптовой торговле, в частности, «удовлетворенность и удержание клиентов» выступает как главный принцип, подчеркивающий центральное место клиента в бизнес-стратегии. Этот принцип основывается на понимании того, что

долгосрочный успех и устойчивость бизнеса напрямую зависят от способности удовлетворять потребности клиентов и поддерживать с ними постоянные, крепкие отношения. Целевым ориентиром при написании данной работы является идентификация факторов и условий развития оптовой торговли в нашей стране и разработка авторских рекомендаций по релевантности применения инструментария логистического менеджмента в реализации ключевых задач оптовой торговли.

Методы

Ретроспективный анализ научных публикаций за последние несколько лет свидетельствует о том, что тематика развития и выявления наиболее реалистичных вариантов эволюции оптовых предприятий и совокупность экономических отношений в системе управления оптовых предприятий в сфере товарного обращения являлись объектом и предметом исследования многих отечественных и зарубежных ученых и практиков.

Теоретической базой для решения указанных задач послужили труды российских и зарубежных специалистов в области экономической теории, логистики, экономического анализа, менеджмента и маркетинга. Проведенный отечественными авторами комплексный экономический и эмпирический анализ позволил им выявить актуальные «узкие места» в формировании конкурентных преимуществ и развитии предприятий сферы оптовой торговли. И здесь вызывает интерес исследование проблемных аспектов и перспектив развития оптовых продаж в условиях геополитической нестабильности в работе А.Ю. Волкова. Автором «описывается место и роль оптовых торговых предприятий в структуре национальной экономики» [1].

Из числа зарубежных авторов примечательна работа автора Сунь Ивэй, где рассматриваются особенности применения интернет-ресурсов, которые выполняют «важные функции продвижения товара, привлечения покупателей и автоматизации процесса продаж» [2]. В статье Ван Цзинян «аргументируется необходимость тотального перехода к крупнооптовым поставкам в рамках электронной трансграничной оптовой торговли» [3]. На наш

взгляд, также по данной тематике следует выделить актуальные исследования отечественных ученых, таких как А.А. Тойменцева [4], Д.Х. Холмаматов [5], В.В. Ткач, А.В. Парфенов [6]. Несмотря на наличие обширного круга научных публикаций по рассматриваемой тематике, все же вопросы логистического менеджмента в современных условиях геополитических и экономических трансформаций остаются открытыми и актуальными.

В данной работе нами применены следующие методы исследования: анализ, синтез, статистическая обработка результатов, сравнение, анализ нормативно-правовой документации, методы индукции и дедукции.

Результаты

Несомненно, функции самой оптовой торговли свидетельствуют о ее роли и значимости в сфере товарного обращения. На наш взгляд, следует выделить наиболее фундаментальные функции, которые далее нами рассматриваются в сжатом формате. Функция сбыта и посредничества служит реализацией интегрирующей функции, так как именно через сбыт и посредничество оптовые предприятия соединяют производителей с рынками, облегчая доступность товаров для продавцов и покупателей.

Функция логистики и распределения является частью процесса интеграции, поскольку включает в себя планирование и управление потоками товаров таким образом, чтобы они были доступны там, где и когда в них есть необходимость.

Функция хранения поддерживает интегрирующую функцию, обеспечивает хранение товаров и управление запасами, регулируя тем самым объемы предложения на рынке товаров для предотвращения дефицита или переизводства товаров.

На микроуровне функции оптовой торговли охватывают управленческие и операционные аспекты, которые влияют на отдельные предприятия и их внутренние процессы.

В организации оптовой торговли каждая функция вносит свой вклад в общую цель – эффективное управление ресурсами и преобразование информационных потоков в рамках системы реализации товаров.

Закупки и снабжение являются основой для всей деятельности оптового предприятия. Этот процесс требует точного понимания спроса на рынке товаров, постоянного анализа вновь поступающих данных. Информационные услуги, в контексте функций оптовой торговли на микроуровне, представляют собой набор инструментов, благодаря которым возможно качественно преобразовывать информацию. К ним можно отнести сбор данных, их последующий анализ, прогнозирование. Также вследствие данной работы предприятие получает актуальную информацию, которую можно применить на практике, а если быть точнее – принять операционные или стратегические решения, такие как расширение ассортимента, определение ценовой стратегии или выход на новые рынки.

На наш взгляд, складирование и управление запасами занимают центральное место в логистических процессах и коммерческой деятельности, обеспечивая основу для эффективного движения материальных потоков. Также важно отметить, что финансирование и кредитование являются критически важной функцией оптовой торговли, поскольку обеспечивают необходимые денежные потоки для поддержания и развития операций хозяйствующих субъектов. Так как финансирование проектов хозяйствующих субъектов является долгосрочным, рискованным и капиталоемким, то основной их проблемой является дефицит инвестиционных ресурсов, который не позволяет им удовлетворить все свои инвестиционные потребности, что в свою очередь требует разработки стратегии оптимального управления финансовыми потоками. Помимо заполнения пробелов в финансировании, оптовые предприятия предоставляют кредиты своим партнерам, способствуя тем самым укреплению доверия и устойчивости деловых отношений. Это, в свою очередь, может привести к увеличению объемов продаж, поскольку клиенты получают дополнительные возможности ускорения оборачиваемости капитала и запасов.

Большую значимость также имеет маркетинг и продвижение в оптовой торговле – это не просто процесс размещения конкретной вывески на фасаде здания для привлечения

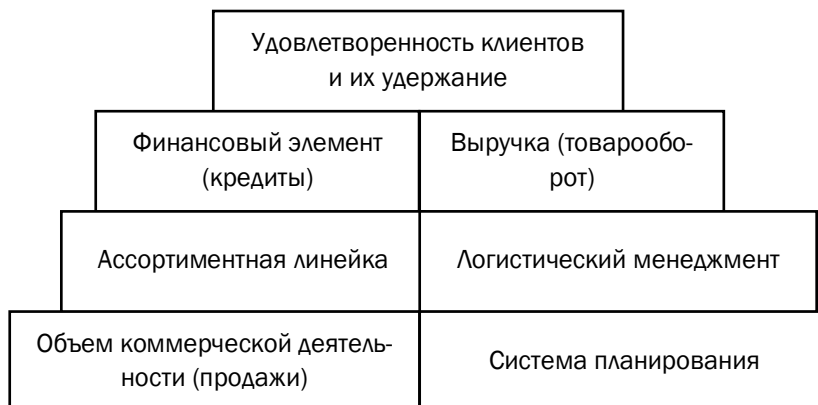


Рис. 1. Пирамида формулы успеха оптовой торговли

внимания, это стратегическое искусство, которое дает толчок в динамичном развитии всей коммерческой деятельности. Оптовый рынок можно представить как шахматную доску, где каждый ход должен быть рассчитан таким образом, чтобы не только захватить внимание ритейлеров, но и предугадать ходы конкурентов. Оптовые организации используют маркетинг, чтобы выделить конкурентные преимущества своих товаров, делая акцент на уникальности и ценности для покупателя. В этом контексте продвижение товаров – это не просто реклама, это создание и поддержание жизненного потока информации между производителем и розничным рынком.

Управление отношениями с клиентами (CRM) – это многомерный инструмент, включающий в себя двусторонние взаимодействия между оптовыми организациями и их клиентами, превращая каждую транзакцию в шаг к долговечному партнерству. В этой сфере каждый покупатель – не просто строка в таблице продаж, а уникальный субъект с индивидуальными потребностями и предпочтениями, чей опыт может быть улучшен через персонализированные предложения и тщательно сформированную систему обслуживания.

На наш взгляд, в достижении цели повышения эффективности деятельности важно учитывать ряд принципов, среди которых наиболее серьезным является принцип клиентоориентированности. Этот принцип выражается в стремлении анализировать покупательское поведение, чтобы на основе этого анализа адаптировать продуктовый портфель компании.

Это может включать в себя не только расширение ассортимента товаров, но и предложение дополнительных услуг. Принцип эффективности управления запасами играет особую роль, раскрываясь в сфере оптовой торговли во всей своей полноте. Он включает в себя точное прогнозирование спроса, оптимизацию уровня запасов, автоматизацию и внедрение новых технологий, управление поставками и логистикой. Таким образом, формулу успеха оптовых продаж можно обозначить в виде пирамидального изображения, что продемонстрировано на рис. 1.

Можно сказать, что оптовая торговля является фундаментальной составляющей экономической системы. Она не только способствует формированию и поддержанию экономических связей между хозяйствующими субъектами, но и играет критическую роль в регулировании товарного предложения в соответствии со спросом. В целом, оптовая торговля является сложной и многогранной деятельностью, которая требует глубокого понимания рынка, а также гибкости и адаптивности для успешного управления сложными процессами.

Обсуждение

Оптовая торговля в России имеет долгую и многофазную историю, корни которой уходят во времена купечества и ярмарок. В России существовало определенное число купеческих династий, которые контролировали значительные сегменты рынка оптовой торговли. Говоря о купеческих династиях, связанных с южными

регионами России, особенно с городом Ростовом-на-Дону, затрагивается уникальный аспект российской торговой истории. Город Ростов-на-Дону, известный как «ворота Кавказа», играл важную роль как торговый и логистический центр, особенно в контексте торговли зерном, рыбой и солью. Один из примеров такой династии – семья Парамоновых. Они были известны не только своей коммерческой деятельностью, но и строительством значительной части городской инфраструктуры, включая мельницы, склады и жилые дома. Их влияние на экономическую и социальную жизнь Ростова-на-Дону и прилегающих регионов было огромным. Возвращаясь к России, стоит упомянуть, что председатель Правительства России Михаил Мишустин утвердил концепцию развития системы оптовых продовольственных рынков (ОПР) [7]. Можно сделать вывод, что правительство стремится урегулировать и улучшить существующую инфраструктуру оптовой торговли. Это нововведение может служить отправной точкой для реформирования и модернизации не только продовольственного сектора оптовой торговли, но и расширения данных подходов на всю оптовую торговлю в целом.

Признание проблем в рассматриваемой сфере деятельности, таких как отсутствие специализированного регулирования и недостаточная инфраструктура, подчеркивает намерение властей стимулировать развитие этого сектора экономики. Одно из главных отличий купеческой и ныне сформировавшейся оптовой торговли – это использование технологий. Купеческая торговля опиралась на ручной труд и аналогичные методы учета. Также в прошлом транспортировка товаров была медленной и ограничивалась рядом факторов, такими как географическое положение и качество дорог. Современная оптовая торговля сильно зависит от глобальных рынков, в то время как купеческая торговля была более локализованной и ограниченной региональными рынками, что в целом совпадает с трендом, по которому сейчас пытается развиваться Российская Федерация: развивается собственное производство товаров для внутреннего рынка, а также обозначается цель – после насыщения собственного рынка товарами выйти на рынки ЕАЭС.

Оптовая торговля в СССР была сильно регулируемой и централизованной, ее основная функция заключалась в распределении товаров, произведенных в соответствии с государственными планами. В этой системе не было места конкуренции или ценовой гибкости, которые являются ключевыми аспектами коммерческой деятельности в рыночной экономике. Переход к рыночной экономике в 1990-х гг. открыл дорогу для развития более традиционных форм оптовой торговли. Эти годы были периодом глобализации и интеграции российской экономики в мировую экономическую систему. В этот период в России активно изучали и адаптировали западные бизнес-модели, включая американские подходы к управлению и торговле.

Концепция Efficient Consumer Response (ECR) была разработана в 1993 г. и стала популярной по всему миру с тех пор. ECR представляет собой стратегию совместной работы участников цепочки поставок с целью увеличения уровня обслуживания потребителей, оптимизации логистических потоков, сокращения времени хранения и доставки, а также снижения затрат на процессы. Составные части этой концепции отражены на рис. 2.

Следует также отметить, что система товарного хозяйства, известная в немецкой практике как Warenwirtschaftssystem (WWS), играет центральную роль в оптимизации процессов запасов и учета товаров. Эта информационная система создает надежную основу для управления запасами, что позволяет достигать высокой точности в учете и своевременности поставок, уменьшая при этом издержки хранения и потери от устаревания продукции. Также немаловажное значение в ECR имеет стимулирующий продажи маркетинг, или Verkaufsförderndes Marketing, который объединяет рекламные и маркетинговые усилия для ускорения оборота товаров и увеличения объемов продаж.

Системы EDI обеспечивают автоматизацию обмена критически важной коммерческой информацией между организациями. В оптовой торговле это означает, что заказы могут быть переданы мгновенно, что ускоряет весь процесс продаж и улучшает точность данных. Например, когда розничная компания

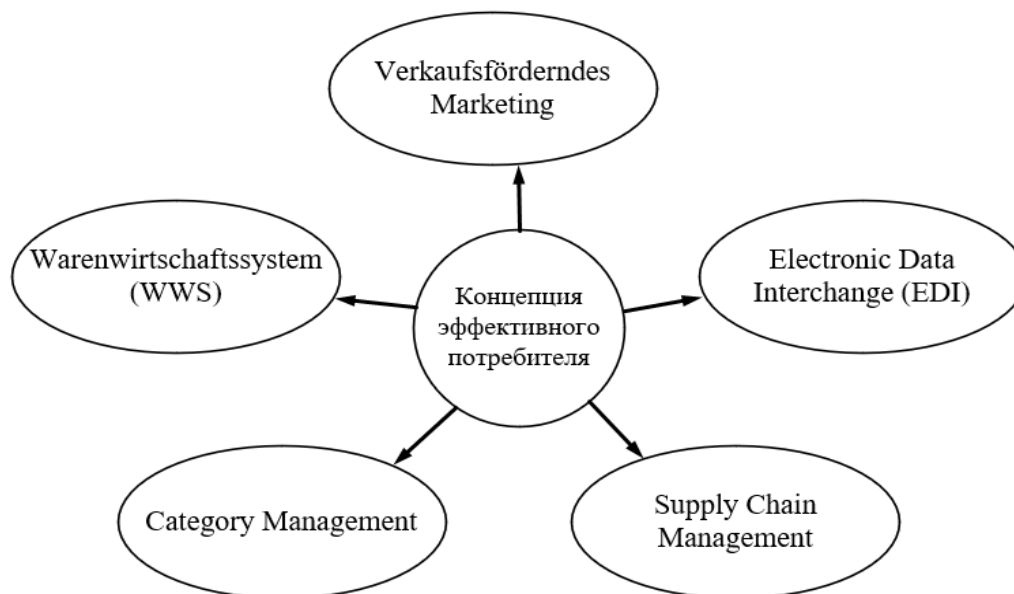


Рис. 2. Компоненты концепции эффективного потребителя

размещает заказ у оптовой организации, информация немедленно вводится в систему обработки заказов через EDI. Это уменьшает время ожидания и позволяет оптовому предприятию быстро реагировать.

Категорийный менеджмент в оптовой торговле – это стратегический подход к управлению ассортиментом продуктов, который рассматривает каждую категорию товаров как отдельный бизнес-сегмент с собственными целями по доходности, обороту и росту.

Управление цепочкой поставок, или Supply Chain Management, обеспечивает согласование всех этапов движения товара от производителя к конечному потребителю. Это включает в себя не только физическое перемещение товаров, но и планирование, управление информационными потоками и финансовые операции.

Концепция Just-in-Time (JIT) включает в себя стратегию управления запасами, которая направлена на минимизацию запасов путем выравнивания поставок с производственными графиками. Она позволяет компаниям повысить эффективность и снизить потери за счет получения товаров только по мере их необходимости для производственного процесса, что сокращает затраты на инвентарь. Эта концепция была впервые применена компанией Toyota в 1970-х гг. и часто используется вместе с методом Канбан для избегания

избыточных запасов. В оптовой торговле JIT может применяться для управления запасами таким образом, чтобы продукция поступала на склад или отправлялась покупателю непосредственно перед предполагаемым временем продажи или использования. Концепция Всеобщего управления качеством (Total Quality Management, TQM) в оптовой торговле представляет собой бизнес-стратегию, нацеленную на повышение качества всех организационных процессов. Основная идея TQM состоит в том, что компания должна работать не только над качеством продукции, но и над качеством работы в целом, включая работу персонала. TQM направлено на планомерное достижение стратегической цели организации через непрерывное улучшение работы и управление командным процессом. Преимущества TQM включают увеличение удовлетворенности клиентов продуктами и услугами, увеличение прибыли и повышение конкурентоспособности. Эта концепция также ориентирована на обеспечение высокого уровня качества продукции и услуг. TQM-подход рассматривается как высшая форма проявления и применения различных подходов к управлению организацией, сфокусированной на качестве.

Таким образом, на наш взгляд, процветание предприятия в сфере оптовой торговли во многом зависит от умения управлять множеством взаимосвязанных и динамичных аспек-

тов. Одним из главных звеньев этой сложной цепи является стратегическое планирование, которое, словно капитан корабля в шторме, направляет предприятие через изменчивые воды рыночной экономики.

Параллельно со стратегическим планированием важную роль играет управление цепочками поставок и автоматизация логистики. Например, в России полная автоматизация складов – вопрос далекого будущего, однако уже имеются примеры удачной частичной автоматизации складской логистики оптовых предприятий. Действительно, на данный момент возник тренд на частичную автоматизацию процессов, которая не несет собой затрат, срок окупаемости которых превышает стандартные временные рамки. Внедряются погрузчики и роботизированные тележки, которые заменяют человека в одной цепочке процесса логистики. Автоматизированные механизмы играют важную роль в оптимизации процесса сборки заказов. Они способны быстро и точно выполнять различные задачи, ускоряя весь цикл выполнения заказа и улучшая общую эффективность операций. Прежде всего, они обеспечивают сканирование и идентификацию товаров, используя специализированные сканеры и камеры. Это позволяет точно определить каждый товар в заказе, учитывая штрих-коды или RFID-метки. Кроме того, они принимают активное участие в сортировке и размещении товаров. Автоматизированные системы могут автоматически распределять товары по различным секциям склада или по конкретным заказам, что упрощает последующий этап сборки. Автоматизация инвентаризации склада с использованием автоматических дронов и роботов представляет собой современное и эффективное решение для управления запасами и контроля товаров. Автоматические дроны оборудованы передовыми датчиками и камерами, которые позволяют сканировать складские зоны и изображения товаров. Благодаря алгоритмам обработки данных, дроны анализируют информацию, определяя количество и состояние товаров, а затем передают эти данные в системы управления запасами для обновления информации.

«Яндекс Маркет» начал использовать трех роботов-инвентаризаторов Spectro собствен-

ной разработки в самом крупном логистическом центре маркетплейса в Софьино. Роботы начали инвентаризировать крупные товары на складе. «Яндекс Маркет» около года тестировал несколько разных версий робота, которые инвентаризировали на складе паллеты с товарами. По заявлению компании, за это время специалисты научили Spectro различать метки на паллетах со стопроцентной точностью, инвентаризировать всю зону полнопаллетного хранения за 1,5 часа и повторять это 3 раза в сутки. Для сравнения, у команды из 5 человек на одну инвентаризацию уходит около 4 недель. При этом при сканировании робот находит расхождения со стабильно высокой точностью – например, определяет товары, которые хранятся не на своих местах. За месяц робот обнаруживает более 300 расхождений.

Также на складе «Яндекс Маркета» Софьино-2 заработала конвейерная лента общей длиной почти 10 км. Конвейер – ключевой элемент автоматизации большинства операционных процессов на складе, в его работе участвуют три системы: системы управления складом, маршрутами и контроллерами. На новом складе программное обеспечение для этих трех систем создала команда разработки маркетплейса. Каждая из трех систем конвейера отвечает за свою часть перемещения товаров на объекте. Так, с помощью системы управления складом операторы на площадке принимают товары и отбирают заказы. Она уже давно используется во всех логистических центрах Маркета. Система управления маршрутами на конвейере следит за движением ТОТа (пластикового короба с товарами) и передает команды о поворотах или остановках конвейера третьей системе. Она управляет контроллерами, двигает ТОТ по конвейеру и направляет его в нужную сторону. Decathlon и «Яндекс Маркет» демонстрируют, как значительные инвестиции в автоматизацию и роботизацию могут улучшить эффективность процессов, уменьшить ошибки, вызванные человеческим фактором, и повысить безопасность труда.

Однако для многих мелких и средних предприятий на российском рынке полная автоматизация остается недостижимой из-за ограниченности ресурсов.

Мир стоит на пороге четвертой промышленной революции, движущими силами которой выступают достижения в области передовых технологий и роботизации, благодаря которым производство становится эффективнее, дешевле и быстрее. В этом контексте особенно важно учитывать соотношение полезности и стоимости технологических решений. Согласно экономическим принципам, если полезность предложенного решения превышает его стоимость, это свидетельствует о том, что вложения оправданы и решение является экономически выгодным. В новой главе нашего экономического развития ключевым аспектом становится строительство независимой экономической системы, важной частью которой являются успешные оптовые торговые предприятия.

В этом контексте нецелесообразно на данный момент переходить на европейские и американские системы управления ресурсами предприятия.

Такой шаг может быть не только экономически обременительным, но и не соответствовать текущим условиям геополитической напряженности, а также быть не совсем рациональным, в рамках гипотезы технологической сингулярности.

Заключение

В ходе выполнения работы были выявлены перспективные и вполне соответствующие текущим обстоятельствам направления для совершенствования логистического менеджмента в деятельности оптового торгового предприятия. Принимая во внимание выбор

решений относительно необходимых мероприятий, предназначенных для своевременного решения возникающих трудностей, особое внимание уделено аспектам, связанным с оценкой рисков и разрешением текущих проблем с учетом применения возможностей автоматизации логистики. На основе проведенного исследования сделан вывод, что внедрение технологий искусственного интеллекта, в том числе сложных программных решений и отечественных систем автоматизации, необходимо воспринимать с осторожностью. Организация должна придерживаться стратегии поэтапного совершенствования, начиная с систематизации внутренних процессов. Работа установила, что укрепление внутренней системы и структурирование бизнес-процессов являются предпосылками для успешной реализации и последующей интеграции инновационных технологий, что обеспечивает более устойчивый и эффективный путь развития организации.

Исходя из анализа современных подходов к управлению в сфере оптовой торговли, можно сделать следующий вывод: ключевое значение имеет гибкость в принятии управленческих решений, ориентированных на интеграцию передовых технологий и роботизацию. Это требует не только технологической адаптации, но и стратегического баланса между инновациями, экономической эффективностью и логистическим менеджментом. Такой подход способствует повышению конкурентоспособности и эффективности оптовых торговых операций. Это позволит им постепенно адаптироваться к изменениям рынка, минимизируя риски и обеспечивая устойчивое развитие.

Список источников

1. Волков А.Ю. Проблемы и перспективы развития оптовых продаж в условиях геополитической нестабильности // Экономика и бизнес: теория и практика. 2023. № 6-1 (100). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-i-perspektivy-razvitiya-optovyh-prodazh-v-usloviyah-geopoliticheskoy-nestabilnosti> (дата обращения: 10.02.2024).
2. Сунь Ивэй. Совершенствование организации оптовой и розничной торговли в интернете // Экономика и социум. 2022. № 5-1 (96). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovershenstvovanie-organizatsii-optovoy-i-rozничnoy-torgovli-v-internete> (дата обращения: 12.02.2024).
3. Ван Цзинян. К вопросу о логистике электронной трансграничной оптовой торговли // Известия СПбГЭУ. 2022. № 2 (134). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-logistike-elektronnoy-transgranichnoy-optovoy-torgovli> (дата обращения: 14.02.2024).
4. Тойменцева А.А. Логистизация товародвижения в торговле // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2016. № 5. С. 162–171.

5. Холмаматов Д.Х. Актуальные вопросы логистического обслуживания в оптовой торговле // Инновации и инвестиции. 2019. № 2. С. 292–294.

6. Ткач В.В., Парфенов А.В. Логистические императивы формирования омниканальной модели оптовой торговли // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2020. № 2 (122). С. 116–121.

7. Об утверждении Концепции развития оптовых продовольственных рынков в Российской Федерации : распоряжение Правительства РФ от 27.09.2021 № 2689-р. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/402755400/> (дата обращения: 14.02.2024).

References

1. Volkov A.Yu. Problems and prospects for the development of wholesale sales in the context of geopolitical instability // Economics and Business: Theory and Practice. 2023. No. 6-1 (100). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-i-perspektivy-razvitiya-optovyh-v-usloviyah-geopoliticheskoy-nestabilnosti> (date of access: 10.02.2024).

2. Sun Iwei. Improving the organization of wholesale and retail trade on the Internet // Economics and Socium. 2022. No. 5-1 (96). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovershenshtvoene-organizatsii-optovoy-i-rozничnoy-vli-v-chi-internete> (date of access: 12.02.2024).

3. Van Jnyan. To the issue of logistics of electronic cross -border wholesale trade // Izvestia SPbGEU. 2022. No. 2 (134). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-logistike-elektronnoy-transgranichnoy-optovoy-torgovli> (date of access: 14.02.2024).

4. Toymentseva A.A. Logistics of goods distribution in trade // Economics: yesterday, today, tomorrow. 2016. No. 5. Pp. 162–171.

5. Kholmammatov D.Kh. Current issues of logistics services in wholesale trade // Innovations and investments. 2019. No. 2. Pp. 292–294.

6. Tkach V.V., Parfenov A.V. Logistics imperatives for the formation of an omnichannel wholesale trade model // News of the St. Petersburg State University of Economics. 2020. No. 2 (122). Pp. 116–121.

7. On the approval of the concept of development of wholesale food markets in the Russian Federation : Decree of the Government of the Russian Federation dated 27.09.2021 No. 2689-r. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/402755400/> (date of access: 14.02.2024).

Информация об авторах

А.А. Полуботко – доктор экономических наук, доцент, зав. кафедрой коммерции и логистики Ростовского государственного экономического университета (РИНХ);

С.Г. Халатян – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры коммерции и логистики Ростовского государственного экономического университета (РИНХ).

Information about the authors

A.A. Polubotko – Doctor of Economics, Associate Professor, Head of the Department of Commerce and Logistics, Rostov State University of Economics;

S.G. Khalatyan – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Commerce and Logistics, Rostov State University of Economics.

Статья поступила в редакцию 18.02.2024; одобрена после рецензирования 05.03.2024; принята к публикации 20.03.2024.

The article was submitted 18.02.2024; approved after reviewing 05.03.2024; accepted for publication 20.03.2024.