

ОСНОВНІ ВЕКТОРИ ЦИФРОВОЇ АДАПТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Коваленко В.С., здобувач РВО доктор філософії
Державний біотехнологічний університет
м. Харків, Україна

Анотація: Розглянуто вплив цифровізації на економіку та ризики відсутності адаптивних механізмів цифрової адаптації підприємств. Визначено основні вектори та відповідні цифрової адаптації підприємств торгівлі.

Ключові слова: цифрова економіка, цифрова адаптація, підприємства торгівлі, цифрові технології

У класичному розумінні поняття «цифрова економіка» («digital economy») означає діяльність, в якій основними факторами виробництва є цифрові (електронні, віртуальні) дані – як числові, так і текстові [1]. Цифрова економіка базується на інформаційно-комунікаційних та цифрових технологіях, стрімкий розвиток і поширення яких уже сьогодні впливають на традиційну (фізично-аналогову) економіку, трансформуючи її від такої, що споживає ресурси, до економіки, що створює ресурси. Саме дані є ключовим ресурсом цифрової економіки, вони генеруються та забезпечують електронно-комунікаційну взаємодію завдяки функціонуванню електронно-цифрових пристроїв, засобів та систем.

В умовах упевненого становлення цифрової економіки проблеми цифрової адаптації набувають усе більшої важливості для підприємств торгівлі. Підприємства, які не зможуть адаптуватися до цифрових технологій, ризикують відстати від своїх конкурентів і втратити клієнтів, тому така трансформація стає запорукою ефективного функціонування підприємств. В умовах високого динамізму процесів для прийняття рішень необхідна релевантна інформація, яка повинна надходити до системи управління у визначені терміни та відповідати ступеню достатності [1]. Сьогодні спостерігається тенденція до збільшення інформаційних потоків, що пов'язано зі змінами в організаційно-управлінській структурі ритейлу під впливом внутрішнього та зовнішнього оточення. Існує декілька ключових векторів, за якими підприємства торгівлі можуть сфокусуватися на своїй цифровій адаптації:

1. Розвиток е-комерції (e-commerce). Передбачає розвиток онлайн-торгівлі та побудову електронних платформ для продажу товарів і послуг через Інтернет. Ефективними інструментами даного вектору адаптації можуть бути:

- створення та підтримка зручних та інформативних для користувачів (покупців, партнерів) веб-сайтів електронної комерції;
- інтеграція з онлайн-маркет-плейсами та соціальними мережами;
- розширення пропозиції варіантів оплати та доставки за рахунок різних видів електронних платежів;
- забезпечення високого рівня обслуговування клієнтів у мережі Інтернет.

2. Використання даних (Big Data) та аналітики. Передбачає використання аналітичних інструментів та технологій Big Data для збору, аналізу і використання даних про покупців, конкурентів, що дозволяє персоналізувати досвід клієнтів на основі їхніх даних, оптимізувати асортимент товарів, ціноутворення, покращити обслуговування клієнтів та маркетингові стратегії.

3. Впровадження мобільних технологій. Створення мобільних додатків для покращення зручності покупців і забезпечення доступу до асортименту товарів і сервісів у будь-який час та з будь-якого місця за допомогою мобільних платежів. Ефективними також є мобільні функції сканування штрих-кодів та пошуку товарів.

4. Інтернет-маркетинг. Передбачає використання цифрових маркетингових інструментів, таких як пошукова оптимізація (SEO), контент-маркетинг, соціальні медіа та реклама в Інтернеті для просування товарів і привертання нових клієнтів.

5. Автоматизація бізнес-процесів. Інструменти даного вектору дозволяють автоматизувати такі завдання, як обробка замовлень, управління запасами та обслуговування клієнтів. Використання штучного інтелекту (ШІ) та машинного навчання обумовлює покращення ефективності та продуктивності, допомагає звільнити час та ресурси для зосередження на більш стратегічних завданнях. Основними перевагами застосування є оптимізація ланцюжка постачання (покращення управління ланцюжком постачання від оптимізації запасів до автоматизації процесів замовлення та доставки) та оптимізація клієнтського обслуговування (впровадження чат-ботів, віртуальних асистентів та інших інтерактивних інструментів для покращення спілкування з клієнтами, надання швидкої та ефективної підтримки).

6. Цифрові платіжні системи. Передбачається використання електронних платіжних систем, мобільних платежів та інших цифрових технологій для спрощення процесу оплати товарів і послуг.

7. Забезпечення кібербезпеки. Впровадження надійних заходів кібербезпеки, такі як брандмауери, програмного забезпечення для шифрування та двофакторної аутентифікації, а також навчання співробітників основам кібербезпеки, дозволять захистити дані клієнтів та інформацію про компанію від кіберзагроз.

Задля ефективного функціонування в сучасних умовах цифрова адаптація має стати постійним процесом. Підприємствам торгівлі необхідно постійно інвестувати в нові технології та інновації, щоб залишатися конкурентоспроможними.

Список літератури

1. Правове забезпечення віртуалізації інфраструктури національної економіки України: монографія / за ред. С. В. Глібка, А. В. Стріжкової. Харків: НДІ прав. забезп. інновац. розвитку НАПрН України, 2019. 184 с.
2. Чміль Г.Л. Передумови розвитку цифрової трансформації мікроекономічних систем ритейлу. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2020. № 4. Т. 3. С. 48–55. DOI: 10.31891/2307-5740-2020-284-4(3)-8