

УДК [005.33:658.8]:004.9

Н.В. Шевчук, к.ф.н., доц.

А. Задорожний, магістр

Європейський університет, Україна

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ТОРГІВЛІ ЯК УМОВА ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ЗБУТОМ В ЕРУ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

N.V. Shevchuk, Ph.D., Assoc. Prof.

A. Zadorozhny

INFORMATION TECHNOLOGY IN TRADE AS A CONDITION FOR EFFECTIVE SALES MANAGEMENT IN THE AREA OF DIGITAL ECONOMY

Сучасний етап розвитку економічних відносин вимагає орієнтації на онлайн-форми ведення торгівлі. На карантині глобальна електронна торгівля досягла рекордного рівня в 16,4% від загальних світових роздрібних продажів. Цей попит сформували покоління Z і мілленіали, та ще й люди старших поколінь: 84% споживачів здійснювали покупки в інтернеті під час пандемії. Найбільше зростання інтернет-торгівлі в 2020 році сталося в країнах Центральної та Східної Європи – 21,5%. Після пандемії очікують спад глобального зростання електронної комерції, яка знову почне зростати в 2022 році [1]. Бізнес-аналітика доводить, що ринок України демонструє значні темпи у зростанні інтернет-комерції та прогнозує подальший щорічний ріст на 12-15%. Очевидні переваги інтернет-торгівлі вже не викликають сумнівів у підприємців, але існують аспекти політичного, економічного та законодавчого характеру, які суттєво обмежують розвиток та впровадження інформаційних технологій в управління збутом. Бар'єрами, які стримують електронну торгівлю, можемо назвати обмежений доступ до електронних платежів, логістики доставки та витрат, доступ до складських приміщень, процесів повернення продуктів, складних правил захисту споживачів, плати за платформи для електронної комерції тощо. Не можна не брати до уваги і психологію комфорту роздрібних торговців, які захищають від інновацій цінні диференціали, технічні навички та бізнес-знання. Основні проблеми інтернет-торгівлі вбачаємо у сферах безпеки та логістики. Більшість товарів та послуг сплачуються через мобільні додатки, безпека яких вимагає кращого, відбуваються збої при внесенні даних, недобросовісні сервіси можуть нехтувати правилами доброчесності та використовувати конфіденційну інформацію, тобто порушувати інформаційне право. Логістика нині є проблемним питанням для онлайн-магазинів, адже, згідно з опитуванням, тільки 25% покупців можуть чекати на товар більше 3 днів. Торговельні платформи витрачають до 20–30% свого прибутку для вдосконалення логістики своїх товарів [2]. У спектрі переваг застосування інформаційних технологій назвемо такі: 1) для продавців: – збільшення потенційної аудиторії клієнтів; 2) – можливість розширити асортимент товарів, що не потребує додаткових витрат на зберігання на складах чи в торговому залі; – економія витрат на оренду, рекламу, оплату праці продавців тощо; – можливість продавати у режимі «24/7»; – автоматизація та оптимізація торговельних процесів; – прискорення товарообігу; 2) для покупців: – купівля продукції не тільки у будь-якому магазині, а й у будь-якій країні; – вибір товару та його купівля у зручний час; – можливість ознайомитись із товарами, порівняти їх з товарами в інших магазинах; – можливість ефективніше контролювати свої купівельні витрати за допомогою технологій інтернет-банкінгу чи оплати платіжними картками; – отримання додаткової інформації про товари тощо. У збутовій діяльності підприємства

використовуються три класи інформаційних систем: фронт-офіс, управління магазином, бек-офіс.

Інформаційні продукти покликані спрощувати і удосконалювати систему контролю оперативної діяльності компанії (фінанси і витрати, запаси і склад, закупівлі і продажі, дебіторська заборгованість і цінова політика), управляти взаєминами із замовниками і постачальниками, контролювати процес продажів. З'явилися повноцінні автоматизовані системи мобільної торгівлі, які доступні навіть малим підприємствам. На сучасному ринку зберегти конкурентні позиції вдається тільки тим, хто постійно розвивається і використовує нові технології [3]. Популярності набувають такі тенденції у збутовій діяльності як використання віртуальної 3D-реальності та ведення обліку переваг покупців [4]. Ще однією тенденцією є ліквідація проміжних ланок від виробника до споживача: ринок зменшує вплив посередників або зовсім їх усуває. Для компаній упровадження нових технологій економічно вигідне, оскільки це призводить до зменшення витрат на персонал, витратні матеріали тощо [5]. Для споживача вигідне передусім співвідношенням якості-ціни. З'явилися нові форми комунікацій з клієнтами, підприємці навчилися продавати через Інтернет не тільки товари, але й надавати повний комплекс послуг із супроводу покупки, зокрема, доставка продуктів харчування додому, що стало для найбільш вразливих категорій населення чи не єдиним способом отримати товари. Безсумнівно, що в еру цифрових трансформацій саме від інформаційних технологій залежить рівень розвитку не тільки ринку роздрібною торгівлі, а й економіки загалом.

Література:

1. Погляд в майбутнє: П'ять викликів для електронної комерції в 2021 році URL: <https://rau.ua/novyni/pyat-trendiv-e-commerce-2021/>
2. Антоненко К.В., Дмитрук В.С. Вплив інформаційних технологій на світову торгівлю / Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. Вип. 24(1). С. 18-22.
3. Кравченко М.О., Панасюк О.Ю. Переваги використання інформаційних технологій в торгівлі. URL: http://www.rusnauka.com/21_NNP_2010/Economics/69449.doc.htm.
4. Інтернет-торгівля: названі нові тренди на 2020 рік. URL: <https://economics.segodnya.ua/ua/economics/business/internet-torgovlya-novyetrendy-na-2020-god-1373874.html>.
5. Кирилюк М.С. Тенденції розвитку інформаційних технологій і їх вплив на політику ведення онлайн-торгівлі / Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія: Економічні науки. 2011. № 1. С. 137- 143.