

## СЕКЦІЯ «МАРКЕТИНГ ТА ЛОГІСТИКА»

УДК 339.1

Борисенко О.Є.

канд. екон. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

### ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ЦИФРОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ В ОПТОВІЙ ТОРГІВЛІ

Цифровізація стала невід'ємною частиною сучасного суспільства, зокрема і оптової торгівлі. Вона відкриває нові перспективи для підприємств, дозволяє вдосконалювати бізнес-процеси, розширювати клієнтську аудиторію та підвищувати загальну ефективність бізнесу. Рівень розвитку автоматизації торгових операцій у суб'єктів оптової торгівлі в Україні демонструє, що поширення набувають такі цифрові інструменти:

1. Системи автоматизації обліку на складах для здійснення контролю фінансових операцій та управління товарообігом. Наприклад, такі програми як Skynum та USAP забезпечують прозорість даних і ефективне управління великими обсягами товарів.

2. CRM-системи, що призначені для управління відносинами з клієнтами, зберігання даних про споживачів та вдосконалення процесу реалізації. Це має особливе значення для оптових підприємств, які взаємодіють з численними клієнтами. Найбільш поширеними є такі CRM-системи, як Salesforce, Zoho або Bitrix24.

3. Інструменти для формування замовлень. Це дуже важливі в оптовій торгівлі системи, які дозволяють швидко обробляти замовлення та контролювати їх відвантаження. Наприклад, функціонал платформи USAP включає автоматичне розподілення витрат і формування собівартості товарів.

4. Інструменти для інтеграції з онлайн-торгівлею, що дозволяють розширити територію продажів та привернути нових клієнтів. Це може бути корисним для оптових компаній, які мають на меті збільшити свою ринкову присутність. Наприклад, платформа Skynum пропонує конструктор інтернет-магазинів, який інтегрується з системами товарного обліку та CRM. Це дозволяє автоматизувати управління запасами, замовленнями та оплатою. Чи програмне забезпечення BAS «Управління торгівлею», за допомогою якого можна інтегрувати облік, аналіз та планування торгових операцій з онлайн-магазинами. А також CMS для інтернет-магазинів, що реалізуються за допомогою таких платформ як OpenCart або Magento та дозволяють створювати інтернет-магазини з функціями інтеграції з оптовими партнерами та автоматизації замовлень.

5. Використання аналітичних інструментів допомагає відстежувати попит, прогнозувати тренди та приймати обґрунтовані рішення щодо

закупівель і продажів. Наприклад, аналітична платформа Zoho Analytics за допомогою використання передової бізнес-аналітики та інтеграції з понад 500 інструментами, такими як Google, Zapier, GitHub дозволяє створювати діаграми, графіки та звіти для прийняття обґрунтованих рішень. Інструмент Power BI від Microsoft дозволяє аналізувати дані в реальному часі, створювати інтерактивні дашборди та звіти. Він популярний завдяки своїй інтеграції з іншими продуктами Microsoft. Потужна платформа для візуалізації даних Tableau дозволяє створювати інтерактивні графіки та аналізувати великі обсяги інформації. Вона підходить для складних бізнес-завдань. Інструмент для інтерактивного аналізу даних QlikView допомагає більш якісно створювати графіки, діаграми та карти за рахунок своєї гнучкості та можливості інтеграції з різними джерелами даних. Використання платформи для бізнес-аналітики Wyn Enterprise забезпечує самообслуговування користувачів, дозволяючи працювати з даними без втручання IT-фахівців. Вона підтримує інтеграцію з джерелами даних.

Впровадження сучасних цифрових інструментів в інформаційну систему оптового підприємства можна описати наступним алгоритмом дій:

1. Аналіз потреб підприємства під час якого встановлюються об'єкти, що підпадають під оптимізацію (складський облік, управління продажами, комунікація з клієнтами, аналітика).
2. Розробка стратегії впровадження, що потребує відбору цифрових інструментів та розробки поетапного плану інтеграції нових систем із урахуванням вже існуючих.
3. Оцінка бюджету, що охоплює придбання програмного забезпечення, ліцензій та навчання персоналу за рахунок різних джерел фінансування.
4. Купівля та інтеграція цифрових інструментів з існуючими системами.
5. Навчання персоналу через організацію тренінгів для співробітників.
6. Тестування та налагодження для виявлення та виправлення помилок та налаштування функції під потреби підприємства.
7. Запуск у повноцінну експлуатацію із постійною підтримкою та оновленням програмного забезпечення.
8. Аналіз результатів та оцінка ефективності впроваджених інструментів за ключовими показниками: швидкість обробки замовлень, обсяг продажів, задоволеність клієнтів.
9. Подальший постійний розвиток.

Такий підхід сприятиме більшій оптимізації процесів, підвищенню ефективності та конкурентоспроможності оптових компаній. Отже, сучасна оптова торгівля неможлива без використання цифрових інструментів. Вони не лише сприяють розвитку бізнесу, але й допомагають залишатися конкурентоспроможними в швидкозмінному світі. Інтеграція цих технологій є ключем до успіху в XXI столітті.