

# ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ СПІВПРАЦІ МІЖ КОМПАНІЯМИ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ ТА СТВОРЕННЯ ЕФЕКТИВНИХ БІЗНЕС-ЕКОСИСТЕМ

**Чернов Олександр Олександрович**

*ORCID ID: 0009-0001-7005-0009*

аспірант кафедри підприємництва, торгівлі і логістики

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Україна*

**Науковий керівник: Сергієнко Олена Андріанівна**

*ORCID ID: 0000-0002-9796-9218*

доктор економічних наук, професор кафедри підприємництва, торгівлі і логістики

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Україна*

Роздрібна торгівля є важливою складовою реальному сектору національної економіки, опосередкованим каналом просування товару до споживачів, що створює підґрунтя забезпечення необхідних темпів і пропорцій відтворювального процесу, сукупного попиту й пропозиції та міжгалузевого обміну. [1]

Диджиталізація сприяє покращенню співпраці між компаніями роздрібною торгівлі та створенню ефективних бізнес-екосистем через кілька ключових аспектів. Перш за все, обмін даними та аналітика стають критично важливими, оскільки цифрові платформи дозволяють компаніям ділитися інформацією про продажі, попит і поведінку споживачів. Це сприяє точнішому прогнозуванню потреб ринку та швидкій реакції на зміни, а також допомагає виявляти тенденції та оптимізувати асортимент продукції. Автоматизація бізнес-процесів, таких як управління запасами, логістика та обробка замовлень, значно зменшує витрати, підвищує швидкість виконання замовлень та зменшує ймовірність помилок. [2]

Цифрові платформи для співпраці надають учасникам екосистеми можливість ефективніше комунікувати та координувати свої дії. Електронні торгові майданчики, наприклад, об'єднують постачальників та роздрібних торговців, забезпечуючи прозорість та зручність угод. Крім того, диджиталізація ланцюгів постачання дозволяє відстежувати рух товарів в режимі реального часу, що сприяє покращенню управління запасами та оптимізації логістики.

Інтеграція цифрових технологій в процеси управління взаємодіями з клієнтами, такими як CRM-системи, допомагає компаніям краще розуміти потреби своїх клієнтів та персоналізувати пропозиції, що підвищує рівень задоволеності клієнтів та лояльності. [3] CRM-системи забезпечують збереження детальних профілів клієнтів, включаючи контактну інформацію, історію покупок, подібання та будь-яку іншу релевантну інформацію. Це дозволяє компаніям створювати персоналізовані пропозиції та комунікації, що відповідають індивідуальним потребам кожного клієнта. CRM-системи також забезпечують автоматизацію маркетингових завдань, дозволяючи відстежити їх ефективність та адаптувати стратегії на основі отриманих даних.

Інтеграція CRM-системи з іншими бізнес-процесами, такими як продажі та обслуговування клієнтів, дозволяє підтримувати цільне виявлення взаємодії з клієнтами на всіх етапах їхнього життєвого циклу. Це швидше та ефективніше реагувати на запити клієнтів, покращуючи загальний досвід обслуговування. Аналітичні можливості CRM-системи не дозволяють компаніям виявляти тенденції

та закономірності в поведінці клієнтів, прогнозувати їхні потреби та своєчасно пропонувати релевантні продукти чи послуги.

Це може включати в себе використання цифрових платформ для обміну даними, спільного планування запасів, взаємодії з клієнтами та інші аспекти бізнесу. Завдяки цьому компанії можуть оптимізувати свої процеси, підвищити ефективність роботи та забезпечити більшу конкурентоспроможність на ринку.

Бізнес-екосистеми, побудовані на основі диджиталізації, сприяють співпраці між компаніями. Створення ефективних бізнес-екосистем - це комплексний підхід до розвитку бізнесу, що ґрунтується на співпраці різних компаній та організацій для досягнення спільних цілей і успіху. Це підтримується взаємодією між учасниками екосистеми, обміном ресурсами, даними та інноваціями, а також спільними стратегіями та цілями. А також сприяє створенню стійких та конкурентоздатних умов для розвитку бізнесу та досягнення успіху на ринку.

**Висновки.** Диджиталізація грає важливу роль у підвищенні співпраці між компаніями роздрібною торгівлі та у створенні ефективних бізнес-екосистем:

- Оптимізація ланцюга постачання. Використання цифрових технологій для автоматизації процесів постачання та скорочення часу між замовленням товару і його поставкою. Реалізація інтегрованих систем управління ланцюгом постачання для забезпечення ефективного спілкування між постачальниками, виробниками та роздрібними мережами;

- Аналітика та прогнозування. Використання даних та аналітики для розуміння споживацьких тенденцій, попиту на товари та прогнозування продажів. Впровадження інструментів штучного інтелекту та машинного навчання для оптимізації асортименту товарів та управління запасами;

- Електронна комерція та маркетплейси. Розвиток власних онлайн-платформ для продажу товарів та послуг. Участь у різних електронних маркетплейсах для збільшення аудиторії та продажів;

- Клієнтський сервіс та персоналізація. Використання цифрових каналів зв'язку для підтримки клієнтів, відповіді на їх запитання та вирішення проблем. Персоналізація пропозицій та рекомендацій для покупців на основі їхніх попередніх покупок та уподобань;

- Цифрові інструменти управління бізнесом. Використання програмного забезпечення для управління відносинами з клієнтами (CRM), управління запасами та фінансами для підвищення ефективності бізнесу;

### Список використаних джерел:

1. Заруба В.Я. Парфентенко І.А. Маркетинг роздрібною торгівлі. Навчально-методичний посібник для студентів економічних спеціальностей – Харків: НТУ «ХПІ», 2019.– 106 с. Вилучено з: <https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/8bd6d18c-b489-48b9-8dcc-c590262067f4/content>
2. Щербак А.В. Роздрібні торгівельні мережі в Україні: тенденції розвитку та проблеми домінування. №4(62), 2022. Вилучено з: <https://economics.net.ua/files/archive/2022/No4/52.pdf>
3. Юрчук Н. П. CRM-системи: Особливості функціонування та аналіз українського ринку. Випуск 23, частина 2, 2019. Вилучено з: [http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/23\\_2\\_2019ua/29.pdf](http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/23_2_2019ua/29.pdf)