Макарова Вікторія Вікторівна, д. е. н., доцент

Сумський національний аграрний університет, м. Суми

**ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТА ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ЗБУТОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ОПТОВИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Оптова торгівля є важливою складовою внутрішньої торгівлі та важливим сектором вітчизняної економіки. Водночас, оптові компанії стикаються з постійними викликами, такими як зміни попиту та цін, ризики та стратегічні рішення, прийняті без ретельного обґрунтування та маркетингового аналізу. Як наслідок, багато оптовиків стали збитковими, а їхня діяльність нестабільною. Сьогодні клієнти самі приймають рішення про купівлю товарів і вибирають способи оплати. Зростаюча роль інформації у формуванні споживчої свідомості та попиту створює глобальне Інтернет-середовище, яке відкриває нові можливості та перспективи для виробників і продавців. У бізнес-середовищі також життєво важливо підтримувати відносини з клієнтами, ретельно досліджувати та прораховувати вподобання клієнтів і використовувати гнучкі дисконтні програми. Реагування на різноманітні та індивідуальні потреби є характерною тенденцією та змістом сучасної світової економіки, що, безсумнівно, вплинуло на розвиток оптової торгівлі та діяльність оптових компаній.

За останні кілька років галузь оптової торгівлі зіткнулася з величезними економічними та соціальними змінами, які принесли надзвичайні збої та дивовижні нові можливості. Дистриб’ютори стикаються з новим економічним тиском і невизначеністю у формі високої інфляції та геополітичних конфліктів, що підвищує перспективу рецесії та змушує бізнес бути стійким. І все ж оптові дистриб’ютори вчаться справлятися з такими ударами. Незважаючи на масові збої, вони продовжують просувати товари, завдяки яким бізнес і економіка функціонують.

Для дистриб’юторів у всьому світі виклики недавнього минулого лише пришвидшили технологічні вимоги, необхідні для переходу до динамічної моделі постачання та екосистеми багатоканальної торгівлі. Клієнти як B2B, так і B2C вимагають бездоганного досвіду купівлі, тому оптові дистриб’ютори використовують нові інформаційні технології, щоб спростити роботу в кожній частині свого бізнесу. Крім того, дистриб’ютори переходять на гібридну модель продажів, у якій особисті торгові представники ділять обов’язки з дистанційними та онлайн-продажами.

Дистриб’ютори впроваджують технології для автоматизації ключових бізнес-процесів, таких як залучення, утримання клієнтів, обробка замовлень, виставлення рахунків і управління доходами. Завдяки інтегрованим хмарним рішенням дистриб’ютори можуть працювати ефективніше та масштабувати кожну частину свого бізнесу, включаючи планування, фінанси, багатоканальну торгівлю, управління транспортуванням тощо. Тим часом, щоб досягти цілей сталого розвитку, дистриб’ютори використовують штучний інтелект і аналітику, щоб скоротити час простою, оптимізувати продуктивність маркетологів та зберегти ресурси, підвищуючи ефективність роботи.

До основних способів оптимізації діяльності оптовиків відносяться наступні.

*1.Створення нових джерел доходу.* Пошук нових джерел доходу та забезпечення якісного обслуговування клієнтів є ключовими факторами зростання та прибутковості. Щоб досягти цього, міжфункціональним командам потрібен доступ до уніфікованих даних у бізнес-процесах, щоб отримати цілісне уявлення про клієнтів, замовлення, запаси та ціни.

*2. Збільшення норми прибутку та перевершення очікування клієнтів.* Багато дистриб’юторів стикаються з проблемами збоїв в ланцюгах поставок, що ускладнює підтримку належного рівня запасів. Як наслідок, часто страждають норма прибутку та задоволеність клієнтів.

*3. Масштабування бізнесу за допомогою інтелектуальної автоматизації процесів.* Намагання дистриб’юторів втримати працівників може спричинити зростання витрат, що призводить до дефіциту запасів, затримок виконання замовлень та появі незадоволених клієнтів. Тож дистриб’ютори завдяки автоматизації виконання замовлень, управління складом, програми знижок та інших бізнесових сфер можуть суттєво покращити ситуацію.

*4. Зменшення ризиків за допомогою перевіреної інноваційної інформаційно-технологічної платформи.* Програми управління замовленнями та ланцюгами постачання не створювалися для сучасного середовища оптової дистрибуції з його складним набором каналів, продуктів, ціноутворення, угод про знижки та повернень клієнтів. У цих застарілих середовищах багато бізнес-ризиків, які можуть легко загальмувати зростання. Наприклад, накопичення даних і операцій робить операційні системи придатними лише для одного каналу дистрибуції та розміщення запасів, що змушує компанії працювати за одним алгоритмом, що в кінцевому випадку призводить до відтоку клієнтів. Тож вкрай необхідним є використання найсучаснішого програмного забезпечення, яке максимально враховує існуючі тренди та тенденції в роботі оптових дистриб’юторів.

*5. Єдине управління ланцюгом поставок, фінансами та кадрами*

Враховуючи, що витрати, пов’язані з працівниками, складають приблизно від 50% до 75% витрат бізнесу, не дивно, що управління робочою силою продовжує залишатися головним пріоритетом для дистриб’юторів у всьому світі. Активний розвиток віддаленої форми роботи поставив перед підприємствами завдання ефективно наймати, утримувати, навчати та оплачувати нове покоління працівників. Хмарні технології можуть допомогти дистриб’юторам процвітати в цьому динамічному середовищі, створюючи нові послуги з доданою вартістю та бізнес-моделі, такі як багатоканальна торгівля, прямий доступ до споживача та підписки. Програми для управління ланцюгами поставок, фінансів і кадрів забезпечують інтеграцію процесів дистриб’юторів, автоматизацію та якісну аналітику.