

Maryna Shevchun, Candidate of Economic Sciences
State University of Trade and Economics
Kyiv, Ukraine

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-272-2-9>

FEATURES OF DIGITALIZATION OF BUSINESS PROCESSES OF TRADE ENTERPRISES

ОСОБЛИВОСТІ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГВЛІ

Мінливість зовнішнього середовища вимагає від підприємств постійної відповідності усім світовим тенденціям та стандартам, забезпечення конкурентних переваг, що дозволить довго та стабільно підтримувати діяльність бізнесу. Технологічні трансформації в умовах глобалізації змушують підприємства швидко пристосовуватися до нових цифрових інновацій. Використання цифрових технологій у бізнес-процесах підприємства автоматизує виробництво та інші внутрішні процеси компанії, змінює форми та способи зайнятості, формує імідж підприємства.

Значний внесок у дослідження різних аспектів цифрової економіки, ролі, проблем та особливостей діджиталізації підприємств внесли як вітчизняні, так і зарубіжні вчені, зокрема: Т. Буй, О. Вінник, О. Грибіненко, О. Гудзь, Г. Жекало, Г. Жосан, О. Іванкевич, С. Король, С. Криниця, Л. Лазебник, Дж. Мур, В. Мазур, С. Федюнін та інші.

Діджиталізація є необхідним процесом розвитку сучасних підприємств в умовах неоекономіки [1]. Вона покликана спростити та прискорити роботу з великими базами даних, забезпечити автоматизацію усіх видів діяльності (основної та

допоміжної операційної, інвестиційної, фінансової), сприяти покращенню комунікацій з клієнтами – покупцями товарів, постачальниками і партнерами та усіма інститутами зовнішнього середовища. Діджиталізація, як свідчить практичний досвід, сприяє і формуванню нових засад взаємодії в межах підприємств торгівлі – між підрозділами або відділами, працівниками, менеджментом тощо. Крім того, сприяє розширенню інформаційного простору, створюючи нові інформаційні продукти, сприяє зниженню інформаційних витрат. Це істотно прискорює і спрощує пошук інформації, взаємний обмін нею та сприяє посиленню співпраці між компаніями. Останнє впливає на методи операційної діяльності суб'єктів господарювання, пошук людьми сприятливих умов для життєдіяльності, а також на якість взаємодії між покупцями та продавцями, якщо мова йде про діяльність підприємств торгівлі.

Використання цифрових технологій для реалізації бізнес-процесів у торгівлі значно сприяє розширенню можливостей проведення глибокого аналізу, оптимізації бізнес-процесів підприємства та підвищенню ефективності підприємницької діяльності.

Процес діджиталізації бізнес-процесів на підприємстві торгівлі проходить 3 основних етапи [2]:

– спочатку проводиться аналіз всіх бізнес-процесів та стратегічних можливостей підприємства торгівлі, а саме: визначається ефективність роботи відділів, внутрішніх та зовнішніх комунікацій, та робиться прогноз щодо того, як діджиталізація може вплинути на покращення реалізації цих процесів. Фактично менеджерам підприємств торгівлі для того, щоб мінімізувати ризики, потрібно сформувати стратегію, в якій нові технології не повинні докорінно змінювати бізнес-процеси, а лише їх спростити та покращити;

– формується команда з власних працівників підприємства торгівлі або залучають спеціалістів ззовні. Щоб впровадити нові цифрові технології у торговельну практику (зокрема, для тестування, виправлення технічних помилок, навчання персоналу тощо) потрібно чимало часу та фінансових ресурсів;

– здійснення контролю за виконанням бізнес-процесів із застосуванням діджитал технологій, що передбачає детальний аналіз ефективності та прибутковості подібних нововведень, тобто без шкоди основному торговельному бізнесу.

Загалом діджиталізація є досить вигідною як для підприємств торгівлі, що її впроваджують, так і для споживачів товарів та послуг таких підприємств. Для підприємства це означає, що усі підрозділи та окремі виконавці на підприємстві будуть належним чином скоординовані, оскільки зможуть миттєво отримувати завдання від керівництва та матимуть доступ до даних підприємства різного типу. Діджиталізація також сприяє налагодженню більш тісного зв'язку зі споживачем, спрощення комунікацій з ним для кращого визначення його потреб. Для споживачів здійснення процесів діджиталізації може привести до таких наслідків, як підвищення рівня поінформованості про товари та послуги.

Структурно-динамічний аналіз розвитку внутрішньої торгівлі та дослідження нових явищ на торговельних підприємствах, що пов'язані як з діджиталізацією бізнес-процесів, так і з впливом на діяльність підприємств наслідків пандемії, дозволило виявити появу потреби у розробці нових бізнес-моделей для розвитку підприємств торгівлі з акцентом уваги на діджиталізацію бізнес-процесів та передбачення ймовірних наслідків дистанційної роботи (у т.ч. шляхом підключення до виконання функцій доставки товарів дронів і т.п. техніки).

Для формування належного інформаційного забезпечення в епоху діджиталізації потрібно створювати та розвивати спеціальні банки даних, мати спеціальні технічні засоби та програмні продукти для роботи з великими масивами інформації та прийняття на основі їх обробки результативних управлінських рішень. Водночас в процесі організації інформаційного забезпечення варто дотримуватися принципів економічної доцільності та прийнятності, з одного боку, та технологічної придатності – з іншого.

Менеджерам торговельних підприємств, які приймають управлінські рішення, варто брати до уваги необхідність пошуку рішень з запровадженням сучасних цифрових технологій та штучного інтелекту. Цифрові технології можуть допомогти малим за розміром торговельним підприємствам успішно конкурувати з великими та середніми, сприятимуть розвитку нових ланцюгів у торгівлі.

Цінність бізнес-процесів торговельних підприємств, ефективність яких підвищується через проекти діджиталізації, є частиною стратегії успішного розвитку країни в конкурентному світовому середовищі. Зважаючи на швидкий темп розвитку ІТ-технологій, моделі і методи проектів діджиталізації бізнес- процесів вимагають подальшого постійного розвитку.

Отже, процеси діджиталізації створюють безліч переваг у діяльності підприємств торгівлі, полегшують досягнення цілей та зміцнюють їх економічну безпеку, тому такі тенденції мають наслідувати підприємства й інших видів економічної діяльності та заохочуватися, стимулюватися і підтримуватися з боку держави.

Література:

1. Лігоненко Л., Хріпко А., Доманський А. Зміст та механізм формування стратегії діджиталізації в бізнес-організаціях. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Економічні науки.* 2018. № 22 (62), 2 т. С. 21–24.

2. Гусєва О.Ю. Легомінова С.В. Діджиталізація – як інструмент удосконалення бізнес- процесів, їх оптимізація. *Економіка. Менеджмент. Бізнес.* 2018. № 1. С. 33–39.