

Черняєва Анна Олександрівна
*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу та торговельного підприємництва
Української інженерно-педагогічної академії*

Радченко Ігор Олександрович
*здобувач третього рівня вищої освіти
Української інженерно-педагогічної академії*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-335-7-44>

СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ. КЛЮЧОВІ ТЕНДЕНЦІЇ

В період глобальних криз рівень гнучкості тих чи інших бізнес-процесів визначає успішність всього підприємства. Починаючи з часів пандемії COVID-19, сфера торгівлі зазнала багато глобальних змін, звичайно підґрунтям всіх цих змін виступає вже багаторічна діджиталізація процесів. Україна наразі дуже гостро переживає всі ці процеси, особливо різні сектори економіки, а вітчизняний бізнес, особливо піддається серйозним випробуванням, і став дуже вразливим до впливу воєнного конфлікту та загальної фінансової неспроможності економічної системи країни. Одним з основних чинників, які можуть забезпечити підприємству стійкість на ринку та сприяти посиленню його позицій, є належним чином обґрунтована стратегія розвитку. Стратегія розвитку підприємства – це довгостроковий гнучкий план дій інноваційного спрямування з відповідним рівнем ризику, який базується на детальному аналізі внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства, залежить від людських чинників та потребує інвестицій для досягнення ефективних результатів, підвищення конкурентоспроможності продукції та підприємства. Наразі, одним із головних факторів, через який бізнес може досягти нового рівня розвитку, розкрити свої

додаткові можливості та вийти на нові, високі економічні показники є процес діджиталізації, який безпосередньо охоплює зміни як внутрішнього так і зовнішнього середовища підприємства [1].

Діджиталізація є одним із ключових чинників успіху для підприємств і означає перехід від традиційних методів ведення підприємницької діяльності до впровадження і використання цифрових технологій. Епоха діджиталізації – це епоха знань і творчості, що характеризується цифровими технологіями й інноваціями в цифровому бізнесі. Однак слід розуміти, що процес оцифрування вимагає певних змін у бізнесі. Оскільки нова епоха включає нові зовнішні фактори та можливості, стратегічні моделі потребують перегляду. Процес формування та впровадження стратегії повинен бути постійним, щоб адаптуватися до швидких змін у цифровому середовищі [2].

Велика кількість торгових підприємств вже користуються вбудованим програмним забезпеченням для електронної комерції. Щоб залишатися конкурентоспроможними та задовольняти запити клієнтів, необхідно впроваджувати актуальні цифрові рішення. Успішна діджиталізація онлайн-платформи передбачає впровадження однієї або відразу декількох технологій та ідей, наприклад:

- Перехід до omnichannel-продажів є важливим кроком для підприємств, які хочуть задовольнити потреби сучасних клієнтів. Клієнти все частіше використовують різні канали для покупки товарів і послуг. Підприємства, які забезпечують клієнтам можливість купувати товари і послуги в будь-який час і в будь-якому місці, використовуючи різні канали, мають більше шансів на успіх;

- Розробка нових цифрових сервісів для клієнтів, які будуть відповідати їхнім потребам і очікуванням. Цифрові сервіси можуть включати в себе онлайн-замовлення, трекінг замовлення, чат-боти тощо;

- Використання Big Data і штучного інтелекту. Big Data можна використовувати для сегментації клієнтів, прогнозування попиту і персоналізації пропозицій. Штучний інтелект можна

використовувати для автоматизації завдань, оптимізації логістики і прогнозування ризиків;

– Впровадження нових бізнес-моделей, які засновані на чіткому розумінні цілей і завдань торгового підприємства в сфері діджиталізації. Ці цілі і завдання повинні бути реалістичними і досягнутими. При впровадженні необхідно враховувати такі фактори, як поведінка клієнтів, конкурентна ситуація, технологічні тренди тощо;

– Розвиток цифрових навичок персоналу є важливою інвестицією в майбутнє торгового підприємства. Персонал торгових підприємств повинен мати необхідні цифрові навички для ефективного використання цифрових технологій.

У підсумку можна сказати, що процес діджиталізації є неминучим та безперервним процесом нашого суспільства загалом, та кожної окремої організації зокрема. Стратегія розвитку підприємства залежить від безлічі факторів, як внутрішніх так і зовнішніх, однак усім учасникам ринку доведеться змінюватися значно швидше в аспекті цифрових трансформацій, ніж це відбувається сьогодні. Мінливість зовнішнього середовища вимагає від підприємства постійної відповідності всім світовим тенденціям і стандартам, забезпечення конкурентних переваг, що дозволить довго та стабільно підтримувати діяльність бізнесу.

Література:

1. Гудзь О.І. Стратегія розвитку підприємства: сутність та класифікація. *Економіка та суспільство*. 2018. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/18_ukr/48.pdf
2. Корнієнко А.П. Діджиталізація як основний фактор розвитку бізнесу. *Збірник матеріалів круглого столу «Діджиталізація бізнесу: сьогодні і майбутнє»*. Київ : «Хай-Тек Прес», 2021. С. 39–44.
3. Мусієць Т.В., Рябець О.М. Глобальний контекст процесу діджиталізації: сутність, пріоритетні вектори та загрози. *Економіка та суспільство*. № 52. 2023. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2600/251>