

УДК 004:[005.932:658.71

Ткачук А. В., здобувач вищої освіти,
Державний торговельно-економічний
університет, м. Київ, Україна
Науковий керівник: к.е.н., доц. **Микитенко Н. В.**

ДІДЖИТАЛ-ІНСТРУМЕНТИ В УПРАВЛІННІ ЗАКУПІВЕЛЬНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Використання в управлінні цифрових інструментів є ключовим та невід’ємним аспектом сучасного бізнесу. Такі технології полегшують більшість бізнес-процесів на підприємстві, зокрема, дають змогу підвищити ефективність управління закупівельною діяльністю, зменшити логістичні витрати та оптимізувати стратегічне планування на підставі збору й аналізу великого масиву даних щодо планування асортименту і співпраці з постачальниками.

В управлінні закупівельною діяльністю ефективний вибір діджитал-технологій дозволяє бути гнучким і швидким у реагуванні на зміни ринкових умов та тим самим забезпечувати високу якість обслуговування споживачів.

Вже давно вагомою частиною нинішнього бізнесу є штучний інтелект. Саме він дозволяє торговельним мережам не лише залучати та утримувати клієнтів, а й оптимізувати роботу технічних й інформаційних відділів. Так, мережа METRO використовує штучний інтелект з метою систематизації інформації на підприємстві, включаючи збір та передачу необхідних документів, обробку і зчитування необхідних даних, заповнення таблиць Excel та формування звітностей щодо залишків продукції на торговельній точці, швидкості товарообігу та пропозиції у формуванні заявок до постачальників[2].

Комунікація з постачальниками передбачає багато аспектів, зокрема: умови співпраці та умови поставки товарів, організація і планування складських запасів, керування оборотними коштами, рівень якості продукції та оцінка наданого сервісу з обох сторін. Усі ці чинники мають сильний вплив та формують особливості закупівельної діяльності ритейлера.

Нині ТОВ «АТБ-Маркет» є флагманом українського торговельного бізнесу, в тому числі завдяки своїм інноваційним підходам до співпраці з постачальниками товарів. Мережа однією з перших успішно впровадила та активно використовує електронну платформу «Портал постачальника», який здатен забезпечити відкриту комунікацію з постачальниками. Впроваджена система спрощує співпрацю та пропонує прозорі умови спілкування, де комерційні пропозиції постачальників продукції автоматизовано представляються потенційним клієнтам. Також, потенційні партнери ритейлерів мають можливість відслідковувати «статус» своєї пропозиції, тобто бачити на якому етапі клієнт зупинився, чи переглядав її знову, чи отримано відповідь. Більш того, електронна платформа дозволяє одразу укласти договори, де лівова частка інформації сторін договору вноситься автоматично. Мобільність та зручність системи пояснюється можливістю її встановлення на звичайний смартфон чи планшет, що суттєво зменшує витрати на закупівлю додаткового обладнання для її використання. «Портал постачальника» є неймовірним проривом в організації закупівельної діяльності, адже, окрім зазначених переваг, в особистих кабінетах партнерів зберігається вся історія запитів, важливі документи і навіть ті, що містять електронний підпис [1].

Одна з найбільших торгово-промислових груп України – Fozzy Group – також долучається і активно використовує штучний інтелект у різних напрямках, зокрема, щодо розпізнавання об'єктів, управління товарними категоріями і залишками товарів. Перше, що турбувало ритейлерів, – це вирішення проблеми наявності та доступності товарів на полицях торговельних точок, раціональна закупівля продукції для зменшення кількості списань та формування оптимальних обсягів необхідних товарів для відділу власного виробництва. Винахід, який допоміг менеджерам вирішувати ці питання, назвали «Розумна полиця». Вона має датчики, які здатні розпізнати наявність товарів, і у разі їх дефіциту автоматизована система передає інформацію про необхідність

подальшого поповнення. Якщо ситуація протилежна і на полиці знаходиться забагато товарів, то запускається процес, який “натякає” на зміни цін, встановлення знижок або необхідність проведення розпродажу. Більш того, Fozzy Group розробила та запатентувала систему з чотирма датчиками на вагах, що дозволяє відстежувати місцезнаходження кожного товару в залі. Тобто, загалом, це фактори, які допомагають ритейлерам оперативно реагувати на зміни на стелажах та у викладці, коригувати ціни та запускати акції задля підтримки оптимального рівня продажів у всіх категоріях товарів [3].

Використання штучного інтелекту також охопило найбільшу мережу аптек в Україні Подорожник. Діджитал-технології використовують для аналізу і оптимізації маршрутів, скорочення витрат часу та коштів на доставку від пункту відправлення до точки призначення. Крім того, планується створити власний навчальний модуль, який не лише стане помічником для фармацевтів, а й зможе відслідковувати запити клієнтів і в подальшому [2].

На сьогоднішній день діджиталізація є невід’ємною умовою успішного функціонування ритейлу, яка відкриває для підприємств нові можливості та підвищує їх конкурентоспроможність. Але попри ефективність і зручність використання цифрових інструментів в торгівлі, слід усвідомлювати, що вони не є генератором закупівельних процесів, а виступають лише допоміжним прогресивним інструментом в роботі штатного персоналу, часто вимагаючи додаткових перевірок, уточнення та редагування.

Література

1. Компанія «АТБ-Маркет» вдосконалює інструмент взаємодії з постачальниками товарів. URL: <https://allretail.ua/news/78065-kompaniya-atb-market-vdoskonalyuye-instrument-vzayemodiji-z-postachalnikami-tovariv>
2. Майбутнє вже настало: хто з українських ритейлерів активно використовує штучний інтелект. URL: <https://rau.ua/novyni/novini-kompanij/majbutnie-nastalo-2/>
3. Майбутнє сьогодні: як Сільпо за допомогою штучного інтелекту створює «магазин майбутнього». URL: <https://rau.ua/novyni/majbutnie-sogodni-silpo/>