ВПЛИВ МАРКЕТИНГОВИХ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ НА РОЗВИТОК РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Жегус О.В.

Харківський державний університет харчування та торгівлі, м. Харків

В умовах прискорення темпів інформатизації в Україні, розвитку сучасних інформаційно-комунікаційних технологій з'являються нові можливості для розвитку підприємств роздрібної торгівлі. Інтернет став інструментом, що дозволяє вийти на інший, більш досконалий рівень бізнесу, що дає нові конкурентні переваги та можливості розвитку. На сьогоднішній момент значно підвищилися темпи змін в усіх сферах бізнесу, при цьому змінюється його характер, підвищується оперативність управління бізнес-процесами, у тому числі процесів вироблення та обміну інформації, прийняття на цій основі управлінських рішень. Крім того прискорилася динаміка зміни способу життя споживачів та їх запитів під впливом все більшої доступності інформації. Усе це обумовлює необхідність вивчення та узагальнення досвіду використання інтернет-технологій у сфері роздрібної торгівлі, а також розроблення нових методів маркетингової діяльності, способів, технологій, інструментів з використанням сучасних інтернет-технологій.

Сучасний досвід їх використання у роздрібній торгівлі налічує наступні інформаційні продукти: системи управління постачанням на підприємстві (SCM), планування ресурсів підприємства (ERP), взаємозв'язок працівників (віртуальна приватна мережа), електронна система платежів (B&P), управління зв'язками із споживачами (CRM), оперативне управління процесами (OPS) тощо. Крім того значно підвищився рівень інформаційного контролю та обміну всередині підприємства, вирішено проблеми документообігу. Розвиток інформаційних технологій обумовив розширення комунікативних можливостей для взаємодії із споживачами. Значний вплив інтернет-технології справили на збутові можливості підприємств роздрібної торгівлі, надаючи вагому конкурентну перевагу тим, просування товарів та послуг яких відбувається за мультиканальним принципом, тобто поєднання форм оф-лайн та он-лайн торгівлі. При цьому використовується єдина система логістики та доставки, посилюється інтегрованість магазину, сайту, соціальних мереж. Основними перевагами он-лайн торгівлі є зручність процесу здійснення покупок, можливість швидко порівняти ціни на товари в різних торгових точках, а також оперативність доставки. Споживач отримує зручну для себе можливість у будь-який час, у будь-якому місці здійснювати пошук та купівлю товару, що дозволяє перевести обслуговування клієнтів на новий, більш якісний рівень обслуговування, та обумовлює значне зростання популярності он-лайн каналів продажу. Маркетингові інтернет-технології характеризуються високим рівнем інтерактивності, наявністю зворотного зв'язку, значними географічними масштабами охоплення, більш високою комунікаційною та мотиваційною спроможністю унаслідок можливості цифрового представлення товару і викликання бажання у потенційного покупці володіти ним. Зазначені тенденції розвитку маркетингових інтернет-технологій підтверджують перспективність їх запровадження на підприємствах роздрібної торгівлі.