

## СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ РОЗДРІБНИХ ПОСЕРЕДНИКІВ

Кузьо Н.Є., Косар Н.С.

*Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів*

Роздрібна торгівля посідає важливе місце у задоволенні потреб споживачів у необхідних їм товарах. Індивідуалізація потреб споживачів, необхідність підвищення рівня їх обслуговування обумовлюють активне використання торговельними підприємствами сучасних інформаційних технологій. Мова йде про сканери для штрихового кодування товарів, термінали збирання інформації, мобільні комп'ютери та інфокіоски [1, с. 105]. Проте розвиток інформаційних технологій обумовлює використання також електронних цінників, які доцільні передусім для магазинів самообслуговування та дозволяють оперативно змінювати інформацію про ціну продажу товарів з використанням програмного забезпечення [2]. У сфері просування товарів перспективною є концепція SoLoMo, яка базується на поєднанні соціальних мереж, геолокації та певних мобільних платформ (прикладом є мобільні додатки). Забезпечити широке охоплення покупців у різних регіонах країни та світу роздрібним торговцям дозволяють Інтернет-магазини. Більшість великих торговельних мереж України уже мають створені власні Інтернет-магазини, зокрема, "Ашан", "Таврія В", "Фуршет", Fozzy [3, с. 35-36], EVA, Watsons, "Фокстрот", Eldorado, "Антошка" та для просування товарів вони активно використовують соціальні мережі. Зокрема, торговельна мережа "Ашан" у мережі Facebook має 3,81 млн. підписників, Watsons – 10,9 млн. підписників, а EVA – 536 тис. підписників.

Сучасні інформаційні технології дозволяють роздрібним посередникам значно покращити і виконання логістичних функцій, зокрема транспортування та управління запасами. Використання CRM-систем у роздрібній торгівлі значно спрощує для підприємств процес збору та аналізу необхідної інформації про покупців для підвищення ефективності своєї діяльності.

Перспективи розвитку роздрібної торгівлі України пов'язані з використанням ще більшої кількості новітніх технологій для забезпечення вищого рівня сервісу клієнтів [1, с. 105]. Мова йде про можливість біометричної оплати товарів з використанням відбитків пальців, отримання необхідних консультацій щодо товарів і їх закупівлі з використанням голографічних продавців, появу можливості тривимірного сканування покупця при підборі для нього оптимального розміру одягу чи взуття.

### **Література:**

1. Чернявська М. К. Сутність інновацій торговельного підприємства // Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія Економіка. 2017. Випуск 1(7). С. 102-107.
2. Єрмак С. О. Торгово-технологічні інновації в торгівлі на сучасному етапі розвитку України // Ефективна економіка. 2014. № 11. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2014\\_11\\_109](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2014_11_109).
3. Кузьо Н.Є., Косар Н.С. Напрями активізації роздрібної торгівлі продуктами харчування на основі залучення Інтернет-технологій // Маркетинг і цифрові технології. 2018. Том 2, №2. С. 30-42.