

СУЧАСНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА

На сучасному етапі багато виробничих підприємств вкладають суттєві зусилля у вдосконалення процесу збуту своїх товарів, і все більшу роль в цьому процесі відіграють онлайн продажі за допомогою використання інформаційних технологій. Це стає ключовим аспектом для досягнення успішної комерційної діяльності та максимізації обсягів продажів підприємства, що є вельми актуальним у сучасних умовах цифровізації суспільства.

Теоретико-методологічною базою дослідження виступили роботи вітчизняних та зарубіжних вчених, таких як: Гурч Л. М., Мороз Л. А., Белінського П.І., Шубіна О.О., Маслова Т.Д., Божук С.Г., Ковалік Л.М., Панкрухіна О.П. та ін., але саме аспекти особливості її функціонування в умовах цифровізацій не були достатньо розглянуто. На нашу думку збутова діяльність – це комплекс заходів і стратегій, спрямованих на ефективне реалізацію та просування продукції чи послуг на ринку для задоволення потреб споживачів і досягнення комерційних цілей підприємства. Збутова діяльність передбачає вивчення ринкових умов, конкурентної ситуації, формування адекватної цінової політики, розробку маркетингових стратегій, оптимізацію каналів збуту, підтримку клієнтських відносин та інші заходи, спрямовані на максимізацію обсягів продажів та підвищення прибутковості підприємства [3]. Основні аспекти впровадження цифровізації в збутову діяльність розглянемо в табл. 1.

[3]. Збутова діяльність підприємства в сучасних умовах цифровізації суспільства виходить на новий рівень, оскільки споживачі все більше переходять в інтернет простір у своїх покупках [1]. Цифровізація суттєво трансформує збутову

діяльність підприємств, відкриваючи нові можливості для ефективної реалізації продукції, розширення ринків та покращення взаємодії зі споживачами.

Таблиця 1.

Впровадження елементів цифровізації в збутову діяльність

Вид системи	Ключові характеристики системи
CRM-системи	Дозволяють збирати та аналізувати дані про клієнтів, автоматизувати взаємодію з ними, сприяючи покращенню обслуговування та збуту
Електронна комерція	Створення та оптимізація онлайн-платформ для продажу товарів або послуг, що дозволяє розширити аудиторію та полегшити процес замовлення
Електронний маркетинг	Використання цифрових каналів для реклами, просування та комунікації з потенційними та існуючими клієнтами
Системи аналітики та звітності	Застосування інструментів для збору та аналізу даних, що допомагають в прийнятті обґрунтованих управлінських рішень
Автоматизація процесів замовлення та постачання	Використання систем для оптимізації ланцюга постачання та забезпечення ефективного управління запасами
Інтерактивні сервіси для клієнтів	Впровадження онлайн-консультацій, чат-підтримки, спрощення процесу повернення товарів, що покращує обслуговування клієнтів
Аналіз даних інтернет поведінки споживачів	Застосування аналітичних інструментів для зрозуміння та прогнозування потреб клієнтів

Впровадження цифрових технологій у процеси збуту забезпечує підвищення конкурентоспроможності підприємства, гнучкість у змінних ринкових умовах та ефективне управління взаємовідносинами з клієнтами [2].

1. Автоматизація збутових процесів та використання CRM-систем, завдяки цифровим інструментам підприємства можуть ефективніше керувати процесами збуту, це дозволяє: збирати та аналізувати дані про споживачів, їхні вподобання та купівельну поведінку; покращувати персоналізацію пропозицій, що підвищує рівень задоволеності клієнтів; автоматизувати процеси управління продажами, що скорочує витрати часу та ресурсів.

2. Використання електронної комерції та маркетплейсів, розвиток e-commerce дозволяє підприємствам: розширювати ринок збуту за рахунок онлайн-продажів та виходу на міжнародні платформи; зменшувати залежність від традиційних роздрібних мереж; оптимізувати логістичні процеси завдяки інтеграції з цифровими сервісами доставки.

3. Роль цифрового маркетингу у збутовій діяльності, використання цифрових каналів комунікації, таких як соціальні мережі, email-маркетинг,

контент-маркетинг, сприяє: швидшому інформуванню споживачів про новинки та акційні пропозиції; збільшенню охоплення цільової аудиторії без значних фінансових витрат; формуванню лояльної клієнтської бази через програму лояльності та персоналізовані пропозиції.

4. Гнучкість та адаптація до змін ринку, цифрові аналітичні інструменти допомагають підприємствам: оперативно реагувати на зміни в попиті та коригувати виробничі й збутові стратегії. Використовувати прогностичну аналітику для планування продажів та формування ефективної цінової політики. Мінімізувати ризики надлишкових запасів та нестачі товарів [1, 2].

Збутова діяльність підприємства в умовах цифровізації набуває більшої ефективності завдяки автоматизації, цифровим каналам продажу, покращенню аналітики та логістичних процесів. Використання цифрових технологій дозволяє підприємствам бути гнучкими, швидко реагувати на зміни в попиті та створювати персоналізовані пропозиції для клієнтів. Підприємства, які активно інтегрують цифрові інструменти у процеси збуту, отримують значні конкурентні переваги, включаючи збільшення продажів, оптимізацію витрат і покращення взаємодії зі споживачами.

Список використаних джерел

1. Kanova O. A. Modern approaches to the evaluation of the economic system development / O. A. Kanova // Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., 3-4 берез. 2020 р., м. Харків – м. Торунь. — Х. : ФОП Панов А. М., 2020. – С. 10–11.

2. Кривобок К. В. Стратегія адаптивних управлінських рішень в умовах економіки вражень / К. В. Кривобок // Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., 3-4 бер. 2020 р., м. Харків – м. Торунь. – Харків : ФОП Панов А. М., 2020. – С. 40–42.

3. Pererva I. Use of creative marketing in the implementation of enterprise strategy / I. Pererva, O. Myronova // Economics of Development. – 2023. - 22(2). - P. 28-40.