

Матолінець Іван Анатолійович
*аспірант кафедри менеджменту
і міжнародного підприємництва,
Національний університет «Львівська політехніка»*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-426-2-33>

РОЛЬ ЦИФРОВІЗАЦІЇ В ОПТИМІЗАЦІЇ ЗБУТОВИХ ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВ

Тривале ускладнення суспільних структур і відносин, основою яких дедалі частіше виступають сучасні цифрові технології, що спричиняють експоненціальне зростання потоків даних, висуває на перший план питання про формування цифрової економіки. Важливість процесів, що протікають, дали змогу порушити питання про формування нового типу економіки, де домінуючого значення набувають відносини з приводу виробництва, оброблення, зберігання, передавання та використання обсягу даних, що збільшується. Дані стають основою економічного аналізу, що досліджує закономірності функціонування сучасних соціально-економічних систем. Як стверджує низка експертів, нині для економічного агента стає важливим не сам факт володіння якимось ресурсом, а наявність даних про цей ресурс і можливість їх використовувати з метою планування своєї діяльності [4].

Виходячи з цього, на наш погляд, під «цифровою економікою» слід розуміти сучасний тип господарювання, що характеризується переважною роллю даних і методів управління ними як визначального ресурсу у сфері виробництва, розподілу, обміну та споживання.

Цифрова економіка є базою розвитку загалом і впливає на такі різноманітні галузі як банківська, роздрібна торгівля, транспорт, енергетика, освіта, охорона здоров'я та багато інших. Цифрові технології, такі як інтернет речей – системи фізичних об'єктів, які

взаємодіють один з одним через вбудовані датчики, програмне забезпечення та інші технології (IoT), великі дані (Big Data), використання мобільних пристроїв і девайсів перетворюють способи соціальної взаємодії, економічні відносини, інститути. З'являються нові способи кооперації та координації економічних агентів для спільного вирішення певних завдань (sharing economy) [8].

Хоча роль впливу цифрових технологій на трансформацію соціально-економічних систем доволі очевидна, багато питань залишаються маловивченими. Недостатньо уваги приділяється питанням розвитку цифрового потенціалу з метою досягнення інноваційного зростання окремих фірм і галузей, без належної уваги залишаються інституційні аспекти цифрової економіки, слабо висвітлено проблеми та перспективи розвитку бізнесу в умовах формування цифрової економіки, не відображено належним чином місце цифрової економіки в загальній системі сучасних господарських відносин.

У сучасних умовах глобалізації та швидких технологічних змін цифровізація стає ключовим фактором успіху підприємств. Однією з найважливіших сфер, що зазнає значних перетворень під впливом цифрових технологій, є збут продукції. Оптимізація збутових процесів шляхом цифровізації дозволяє підприємствам не лише підвищити ефективність своєї діяльності, але й краще реагувати на змінні потреби ринку, покращити взаємодію з клієнтами та забезпечити довготривалу конкурентну перевагу.

Цифрові технології дозволяють автоматизувати низку рутинних операцій у збуті, таких як обробка замовлень, виставлення рахунків та контроль за поставками. Використання спеціалізованих програмних рішень знижує ризик людської помилки та значно прискорює виконання основних операцій. Автоматизація процесів також дозволяє звільнити час для співробітників, щоб вони могли зосередитися на стратегічних завданнях, таких як розвиток стосунків з клієнтами чи пошуку нових ринків [7].

Цифрові системи дозволяють підприємствам збирати й аналізувати великі обсяги даних, що стосуються продажів, поведінки

споживачів і ринкових тенденцій. Використання інструментів аналітики та машинного навчання допомагає більш точно прогнозувати попит на продукцію, знижуючи ризики надлишкових запасів або, навпаки, їх дефіциту. Це сприяє оптимізації складських ресурсів та підвищенню загальної ефективності операцій.

Цифрові інструменти дозволяють інтегрувати збут із виробничими, логістичними та фінансовими системами підприємства. Це забезпечує безперервність бізнес-процесів та створює єдину інформаційну екосистему, що сприяє підвищенню прозорості та оперативності в ухваленні управлінських рішень [5].

Customer Relationship Management (CRM) – це ключовий інструмент для управління відносинами з клієнтами. Впровадження CRM-систем дозволяє підприємствам ефективніше відслідковувати взаємодію з клієнтами, контролювати етапи продажів і швидше реагувати на потреби споживачів. CRM-системи також допомагають збирати інформацію про клієнтів, що сприяє персоналізації пропозицій та підвищенню рівня задоволеності споживачів.

Впровадження цифрових каналів продажу, таких як e-commerce платформи, значно розширює географію збуту та дозволяє підприємствам безпосередньо взаємодіяти з кінцевими споживачами. Онлайн-продажі дозволяють збільшити обсяги збуту завдяки доступності 24/7, а також надають підприємствам доступ до нових ринків без необхідності фізичної присутності в регіонах [2].

Аналіз великих обсягів даних дає змогу виявляти приховані закономірності та тренди, що можуть залишатися невидимими при використанні традиційних методів. Big Data-аналітика дозволяє не тільки краще розуміти поведінку споживачів, але й передбачати майбутні потреби та коригувати стратегії збуту в реальному часі [3].

Цифровізація також кардинально змінює клієнтський досвід. Завдяки сучасним технологіям, клієнти очікують на більш швидке та зручне обслуговування, персоналізовані пропозиції та високу прозорість у взаємодії з підприємствами.

Завдяки аналітичним інструментам і алгоритмам машинного навчання, підприємства можуть пропонувати клієнтам

персоналізовані продукти та послуги. Це підвищує лояльність клієнтів, збільшує частоту повторних покупок та загальний обсяг продажів [1].

Цифрові рішення, такі як чат-боти та системи самообслуговування, полегшують клієнтам взаємодію з підприємствами. Вони можуть самостійно знаходити інформацію, робити замовлення або отримувати консультації без необхідності спілкування з менеджерами. Це сприяє зниженню навантаження на відділи підтримки та підвищенню задоволеності клієнтів.

Незважаючи на очевидні переваги, процес цифровізації збуту супроводжується низкою викликів. Одним із головних ризиків є питання кібербезпеки. Відкриті цифрові платформи та системи збільшують вразливість до атак, що може призвести до втрати важливих даних чи збоїв у роботі. Також необхідно враховувати можливі складнощі з впровадженням нових технологій, які вимагають значних інвестицій та навчання персоналу [6].

Цифровізація збутових процесів є невід'ємною частиною сучасного розвитку підприємств. Використання сучасних технологій не лише сприяє підвищенню ефективності операцій, але й дозволяє краще розуміти потреби клієнтів, підвищувати рівень їх задоволеності та забезпечувати конкурентоспроможність на ринку. Успішне впровадження цифрових рішень потребує комплексного підходу, включаючи автоматизацію, аналіз даних та безперервну адаптацію до змін у бізнес-середовищі.

Головними факторами успіху цифрових перетворень розглядаються наявність стратегічного плану, чітке управління перетвореннями, впровадження цінностей і принципів «цифрової культури», а ключовими напрямками є цифровізація бізнес-процесів, робота з даними, управління клієнтським досвідом. При цьому успішна трансформація має на увазі гармонійний розвиток відразу за кількома напрямками. Одночасно з цим треба розуміти, що недостатньо тільки побудувати цифрову модель бізнесу, без зміни ментальності співробітників, формування у них цифрових компетенцій цифрова трансформація не здійсниться. Практика

підтверджує, що найбільш затребуваними компетенціями співробітників в умовах нових викликів є гнучкість, самоосвіта та здатність працювати й ухвалювати рішення в ситуаціях невизначеності.

Література:

1. Чандлер Д. Цифрова трансформація: Стратегії та інструменти для бізнесу. Київ : Бізнес Прес, 2021. 245 с.
2. Кір'ян Н., Коваленко Т. CRM-системи як засіб підвищення ефективності збутових процесів. *Економіка підприємства: теорія та практика*. 2021. № 2. С. 102–109.
3. Гудименко С. Big Data у бізнесі: Використання великих даних для оптимізації процесів продажу. *Дослідження у сфері цифрових технологій*. 2020. № 7. С. 88–94.
4. Гончарук А. Цифровізація економіки: вплив на організацію та управління підприємствами. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2020. 198 с.
5. Петров І. Електронна комерція: сучасні тенденції та перспективи розвитку. *Науковий вісник міжнародної економіки*. 2021. № 3. С. 49–58.
6. Романенко Д. Інтеграція логістичних та збутових процесів через цифрові рішення. *Журнал економічної кібернетики*. 2022. № 1. С. 27–34.
7. Воронін Ю. Автоматизація бізнес-процесів як засіб підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Управління розвитком підприємства*. 2020. № 9. С. 75–82.
8. McKinsey & Company. Unlocking success in digital transformations. 2020. URL: <https://www.mckinsey.com>