

суспільстві. У результаті такі заходи не лише знижують негативний вплив на довкілля, але й сприяють зменшенню операційних витрат підприємства.

У сучасних умовах непередбачуваності ринкового середовища гнучкість стає однією з ключових характеристик ефективного планування. Впровадження методологій Agile та SCRUM у системи управління дозволяє підприємствам швидко адаптуватися до змін і впроваджувати нові рішення з мінімальними витратами часу. Гнучке планування дає можливість підприємствам адаптувати свої стратегії, оперативно реагуючи на виклики та можливості, які виникають у ринковому середовищі [3].

Одним із ключових підходів до оптимізації системи планування є впровадження збалансованої системи показників (Balanced Scorecard). Цей підхід дозволяє враховувати як фінансові результати підприємства, так і нефінансові аспекти, такі як екологічна ефективність, задоволення клієнтів та розвиток персоналу. Застосування Balanced Scorecard дозволяє гармонійно інтегрувати економічні, екологічні та соціальні критерії у систему планування, що сприяє підвищенню ефективності діяльності підприємства у довгостроковій перспективі. Отже, оптимізація системи планування забезпечує підприємству нові можливості для підвищення конкурентоспроможності та адаптації до сучасних викликів. Інтеграція цифрових технологій, екологічних стандартів, гнучких підходів та збалансованої системи показників створює базу для ефективного управління ресурсами та досягнення стратегічних цілей.

Список використаних джерел:

1. Лутковська С.М., Зеленчук Н.В. Розвиток біоенергетики в Україні – енергетична та економічна безпека в умовах сталого розвитку. *Ефективна економіка*. 2021. № 12.
2. Олійник І.В. Підвищення стійкості організаційного розвитку вітчизняних підприємств в умовах цифровізації економіки. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка: Науковий журнал*. Вип. 14. Херсон: Видавничий дім «Гельветика». 2022. С. 131-138.
3. Петрук Ю.В., Артеменко Л.П. Особливості стратегічного планування підприємства в умовах кризи. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. № 22. 2022. С. 72-78.

УДК 339.16

*Краснікова-Колосова С.В.,
здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти;
Сисоліна Н.П., к.е.н., доцент
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

СУЧАСНІ ПРОЦЕСИ В ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасний ринок – це динамічне середовище, що постійно змінюється під впливом глобалізації, технологічного прогресу та мінливої споживчої поведінки.

Для торговельних підприємств це означає необхідність постійної адаптації та впровадження інновацій, щоб залишатися конкурентоспроможними та задовольняти зростаючі вимоги клієнтів.

Дослідженням процесів, що відбуваються в діяльності торговельних підприємств займаються вчені, можна виділити таких як Michael Levy, Barton A. Weitz [1], А.П. Панкрухін [2].

Сьогодні спостерігається ряд ключових процесів, які суттєво впливають на діяльність торговельних підприємств. Перш за все, це цифрова трансформація, яка охоплює практично всі аспекти бізнесу. Електронна комерція стала невід'ємною частиною торгівлі, а створення інтернет-магазинів, використання маркетплейсів та мобільних додатків є стандартною практикою. При цьому важливо забезпечити омніканальність (з англ. omnichannel перекладається як «всеканалний»), тобто інтеграцію різних каналів продажу (офлайн-магазини, онлайн-платформи, соціальні мережі) для створення єдиного та безперешкодного досвіду покупця.

Вибір платформи омніканального обслуговування клієнтів залежить від складності бізнесу та завдань взаємодії [3].

Цифрові технології також дозволяють збирати та аналізувати великі обсяги даних про споживачів. Аналітика великих даних допомагає персоналізувати пропозиції, оптимізувати асортимент, прогнозувати попит та підвищувати ефективність маркетингових кампаній. Автоматизація процесів – ще один важливий аспект цифрової трансформації. Впровадження спеціалізованого програмного забезпечення сприяє оптимізації управління запасами, логістики, обліку та взаємодії з клієнтами.

Змінюються і самі споживачі. Вони стають більш вимогливими, інформованими та свідомими. Сучасні покупці цінують персоналізований підхід, очікують індивідуальних пропозицій та високого рівня сервісу. Зручність та швидкість також відіграють важливу роль – споживачі віддають перевагу швидкій доставці, простим процесам оформлення замовлень та різним способам оплати. Крім того, зростає роль соціальної відповідальності бізнесу. Споживачі звертають увагу на етичні аспекти діяльності компанії, екологічність продукції та умови праці.

В результаті цих змін з'являються нові формати торгівлі. Dark stores, які працюють виключно на онлайн-замовлення, стають все більш популярними. Гібридні формати, що поєднують офлайн та онлайн канали, також набувають поширення. Прикладом може бути «click and collect» – замовлення онлайн з самовивозом з магазину. Ще один цікавий тренд – торгівля за підпискою, коли клієнт отримує регулярну доставку набору товарів.

Ефективне управління ланцюгами постачання є критично важливим для успіху в сучасній торгівлі. Цифровізація логістики, оптимізація запасів та побудова довгострокових партнерських відносин з постачальниками дозволяють підвищити ефективність та знизити витрати. Впровадження систем управління складським господарством допомагає автоматизувати процеси прийому, зберігання та відвантаження товарів, мінімізуючи ризики помилок та втрат. Сучасні системи управління ланцюгами постачання (SCM-системи) дозволяють

інтегрувати всі ланки ланцюга – від постачальників до кінцевих споживачів, забезпечуючи прозорість та ефективність всіх процесів. Важливим є також впровадження технологій штучного інтелекту та машинного навчання для прогнозування попиту та оптимізації запасів.

Не можна забувати і про людський фактор. Підвищення кваліфікації персоналу є необхідною умовою для успішної діяльності торговельного підприємства. Працівники повинні володіти навичками роботи з цифровими технологіями, ефективною комунікації з клієнтами, продажів та маркетингу. Наприклад, касири повинні вміти працювати з касовими терміналами та програмним забезпеченням для обробки платежів, а продавці-консультанти – володіти інформацією про асортимент товарів, їх характеристики та переваги, а також вміти презентувати товар та надавати кваліфіковані консультації покупцям. Важливим є і розвиток «м'яких» навичок (soft skills), таких як комунікабельність, емпатія, вміння розв'язувати конфлікти, що сприяє створенню позитивного враження у клієнтів та формуванню лояльності до бренду. Для цього можна використовувати різні методи навчання: тренінги, майстер-класи, онлайн-курси, ротачію персоналу між різними відділами та посадами.

Таким чином, сучасні торговельні підприємства стикаються з численними викликами, але водночас мають широкі можливості для розвитку. Ключовими факторами успіху є адаптація до змін ринку, впровадження інновацій, орієнтація на клієнта та інвестиції в розвиток персоналу. Щоб залишатися конкурентоспроможними, торговельні підприємства повинні постійно моніторити нові тренди та технології, аналізувати потреби споживачів та гнучко реагувати на зміни ринку. Важливим є створення сильної корпоративної культури, орієнтованої на клієнта, інновації та постійне вдосконалення. Це може включати впровадження систем мотивації персоналу, заохочення ініціативи та творчого підходу, створення комфортних умов праці та можливостей для професійного росту.

Список використаних джерел:

1. Levy, M. Retailing management / Michael Levy, Barton A. Weitz. – 8th ed. – New York : McGraw-Hill Irwin, 2012. – 768 p.
2. Панкрухін, А.П. Маркетинг у торгівлі : підручник / А.П. Панкрухін. – Київ : Знання, 2019. – 463 с.
3. Decision Telecom <https://decisiontele.com/uk/news/omnichannel-communications---what-is-it-in-simple-words.html>.