

Вплив цифрових технологій на оптимізацію процесів закупівель і продажів у сучасному менеджменті підприємств

Віктор Беренюк

*факультет фінансів, 2 курс, ФК-202,
Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана,
e-mail: berenok.victor2005@gmail.com*

Володимир Піддубний

*д.т.н., проф., професор кафедри технологій і організації
ресторанного господарства,
Національний торгово-економічний університет, м. Київ, Україна,
e-mail: profpod@ukr.net,
ORCID: 0000-0002-1497-7133*

У сучасному світі, який дедалі швидше переходить до цифрового формату, ефективне управління закупівлями і продажами стає важливим чинником успішності підприємства. Використання цифрових технологій дозволяє оптимізувати ці процеси, знижуючи витрати, скорочуючи час на операції та підвищуючи рівень прозорості, що є особливо актуальним у системі менеджменту підприємств. Впровадження новітніх технологій, таких як штучний інтелект (ШІ), блокчейн, електронні платформи та аналітика даних, змінюють традиційні підходи до закупівель і продажів, створюючи нові можливості для розвитку бізнесу.

Процес закупівель є одним із ключових аспектів будь-якого підприємства, адже він забезпечує організацію необхідними ресурсами для виробництва та функціонування. Інноваційні технології сприяють автоматизації рутинних завдань, таких як порівняння цін, створення замовлень, підготовка документів, а також аналіз пропозицій постачальників. Системи на базі штучного інтелекту здатні не лише виконувати ці завдання швидше, але й знаходити найкращі пропозиції, аналізуючи великий обсяг даних у реальному часі. Наприклад, ERP-системи (системи управління ресурсами підприємства) дозволяють інтегрувати всі етапи процесу закупівлі в єдину платформу, що забезпечує прозорість і контроль. За допомогою таких систем менеджери можуть відстежувати виконання замовлень, управляти запасами та мінімізувати ризик недостачі або надлишку продукції [1].

Продажі – це не лише процес реалізації товарів і послуг, але й один із головних каналів комунікації з клієнтами. У сучасних умовах використання цифрових платформ, таких як CRM-системи (системи управління взаємовідносинами з клієнтами), дозволяє оптимізувати роботу з клієнтами, покращуючи якість обслуговування та збільшуючи обсяг продажів. CRM-системи допомагають підприємствам зберігати всю інформацію про клієнтів, їхні вподобання, історію покупок та інтереси. Ця інформація використовується для створення персоналізованих пропозицій, що збільшує лояльність клієнтів [2]. Крім того, аналітика даних на основі CRM дозволяє прогнозувати майбутні потреби ринку, тим самим забезпечуючи стратегічне планування продажів. Додатково,

впровадження електронних маркетплейсів дозволяє підприємствам розширити свою клієнтську базу та забезпечити доступ до нових ринків. Використання автоматизованих платіжних систем, чат-ботів для підтримки клієнтів та інструментів аналітики також підвищує ефективність і точність продажів.

Однією з найперспективніших технологій для системи закупівель і продажів є блокчейн. Ця технологія забезпечує високий рівень прозорості й безпеки у процесах обміну інформацією. Блокчейн дозволяє створювати невід'ємні записи про всі транзакції, що сприяє довірі між усіма учасниками процесу. У закупівлях блокчейн може використовуватися для відстеження походження продукції, перевірки її відповідності стандартам та гарантії автентичності. Наприклад, виробники можуть використовувати блокчейн для сертифікації товарів, забезпечуючи їх якість і унеможливаючи фальсифікації. У сфері продажів ця технологія допомагає уникнути шахрайства, контролювати виконання контрактів та мінімізувати ризики.

Штучний інтелект є одним із головних драйверів цифрової трансформації в системі закупівель і продажів. Системи на основі ШІ дозволяють автоматизувати складні процеси, аналізувати поведінку клієнтів та прогнозувати потреби ринку. Вони також сприяють впровадженню інтелектуальних чат-ботів, які покращують взаємодію з клієнтами. У сфері закупівель ШІ може використовуватися для виявлення найбільш ефективних постачальників, аналізу витрат та прогнозування майбутніх потреб. У продажах ШІ допомагає створювати персоналізовані маркетингові кампанії, що підвищує результативність просування товарів і послуг.

Впровадження цифрових технологій у систему закупівель і продажів підприємств є лише початком великого процесу трансформації. У майбутньому ці технології продовжуватимуть розвиватися, забезпечуючи ще більше можливостей для оптимізації бізнес-процесів. Зокрема, варто очікувати широке використання IoT (Інтернету речей) для автоматизації контролю запасів та відстеження поставок. Використання аналітичних платформ, що базуються на великих даних, дозволить підприємствам створювати ще точніші прогнози та покращувати стратегічне планування [3]. Цифрові технології відкривають нові горизонти для сучасного менеджменту підприємств, трансформуючи процеси закупівель і продажів. Вони дозволяють підвищити ефективність, мінімізувати витрати, забезпечити прозорість і покращити взаємодію з клієнтами. Інтеграція таких інновацій, як ШІ, блокчейн і IoT, є стратегічним кроком для підприємств, які прагнуть залишатися конкурентоспроможними та адаптуватися до змін ринку.

Ключові слова: сучасні цифрові технології, штучний інтелект (ШІ), блокчейн, управління підприємством у цифровій реальності.

Список використаних джерел

1. Грабар, К. І. (2024). *Оперативне управління підприємством в умовах сучасних інформаційних технологій (Doctoral dissertation, Тернопіль, ЗУНУ)*. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/52827/1/%D0%93%D1%80%D0%B0%D0%B1%D0%B0%D1%80%20%D0%9A.%D0%86.%20%D0%9E%D0%91%D0%90%D0%B7%D0%BC-21.pdf>
2. Голод, О. С. (2024). *Управління взаєминами із клієнтами в системі маркетингу підприємства. Кваліфікаційні магістерські роботи*. URL: <https://jqmth.donnu.edu.ua/article/download/15121/15030>
3. Шишовська, С. К. (2024). *Розроблення програми маркетингової підтримки інноваційної діяльності підприємства*. URL: <https://ela.kpi.ua/items/f58b24ec-746c-4cb4-a2a9-14857896948c>