

ISSN 2222-4459 (Print)  
ISSN 2311-116X (Online)

НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ  
«БІЗНЕС ІНФОРМ»  
№ 9\_2024 р. (560)

Періодичність 1 раз на місяць

Видається із січня 1992 р.  
Свідоцтво про реєстрацію  
КВ №19905-9705 ПР від 02.04.2013 р.

#### ЗАСНОВНИК:

НАУКОВО-ДОСЛІДНИЙ ЦЕНТР  
ІНДУСТРІАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ РОЗВИТКУ  
НАН УКРАЇНИ (ХАРКІВ)

Згідно з рішенням № 802 Національної ради  
України з питань телебачення і радіомовлення  
від 14.03.2024 р. зареєстрований суб'єктом  
у сфері друкованих медіа.  
Ідентифікатор R30-03156

#### ВИДАВЕЦЬ:

ФОП Лібуркіна Л. М.

#### РЕДАКЦІЯ

Головний редактор: д-р екон. наук, проф.  
**В. С. Пономаренко**

Науковий редактор: д-р екон. наук, проф.,  
член-кор. НАН України **М. О. Кизим**

Видавничий редактор: д-р екон. наук, проф.  
**В. Є. Хаустова**

#### РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

д-р екон. наук, проф.

**Абуселідзе Г.** (Батумі, Грузія)

д-р екон. наук, проф.

**Алексєєв І. В.** (Львів, Україна)

д-р екон. наук, проф.

**Блазун І. С.** (Івано-Франківськ, Україна)

д-р екон. наук, проф.

**Бублик М. І.** (Львів, Україна)

д-р екон. наук, асоц, проф.

**Бука С.** (Рига, Латвія)

канд. екон. наук, доц.

**Бусмачіу Є.** (Кишинів, Молдова)

д-р екон. наук, проф.

**Гавкалова Н. Л.** (Харків, Україна)

д-р екон. наук, проф.

**Дмитришин Л. І.** (Івано-Франківськ, Україна)

д-р екон. наук, проф.

**Іванов Ю. Б.** (Харків, Україна)

д-р екон. наук, проф.

**Корнєєв В. В.** (Київ, Україна)

д-р екон. наук, проф.

**Прохорова В. В.** (Харків, Україна)

д-р екон. наук, проф.

**Сергієнко О. А.** (Харків, Україна)

д-р екон. наук, доц.

**Тищенко В. Ф.** (Харків, Україна)

**У журналі можуть друкуватися основні  
результати дисертаційних робіт  
з економічних наук**

Журнал реферується у загальнодержавній  
реферативній базі даних «Україніка наукова» та  
в українському реферативному журналі «Джерело»

#### ЖУРНАЛ «БІЗНЕС ІНФОРМ» ПРЕДСТАВЛЕНО В МІЖНАРОДНИХ НАУКОМЕТРИЧНИХ БАЗАХ ДАНИХ, РЕПОЗИТОРІЯХ І ПОШУКОВИХ СИСТЕМАХ:

- Ulrichsweb Global Serials Directory (США);
- Research Papers in Economics (США);
- Index Copernicus (Польща);
- Directory of Open Access Journals;
- Academic Journals Database (Швейцарія);
- Research Bible (Японія);
- Open Academic Journals Index;
- GetInfo (Німеччина);
- BASE (Німеччина);
- OpenAIRE (Європейський Союз);
- SUNCAT Union Catalogue (Велика Британія);
- Library Hub Discover (Велика Британія);
- J-Gate (Індія);
- Open Access Library;
- Advanced Science Index;
- Академия Google (США);
- InfoBase Index;
- WorldCat

#### ЗІ СПИСКУ

#### ДРУКОВАНИХ (ЕЛЕКТРОННИХ) ПЕРІОДИЧНИХ ВИДАНЬ, ЩО ВКЛЮЧАЮТЬСЯ ДО ПЕРЕЛІКУ НАУКОВИХ ФАХОВИХ ВИДАНЬ УКРАЇНИ

Журнал «Бізнес Інформ» («Бизнес Информ», «Business Inform»)  
(Співзасновники: НДЦ індустріальних проблем розвитку НАН України,  
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця)

Додаток 10 до Наказу Міністерства освіти і науки України  
від 12.05.2015 р. № 528

На підставі Наказу МОН України від 28 грудня  
2019 р. № 1643 (Додаток 4) журнал «Бізнес Інформ»  
включено до категорії «Б»

## ЗМІСТ

### ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ЕКОНОМІЦІ

- Красностанова Н. Е., Пістун І. І., Розя О. В.** Стратегічні  
орієнтири сталого розвитку та національної безпеки..... 6
- Атаманчук З. А., Петрик І. М.** Особливості функціонування  
офшорних зон у світовій економіці..... 13

### МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

- Ізмайлов О. І.** Поточний стан торговельно-економічних  
відносин між Україною та Європейським Союзом  
і вплив бойових дій на нього..... 19
- Іващенко Г. А., Отенко П. В.** Розвиток інформаційно-  
аналітичної діяльності в галузі міжнародних відносин..... 27
- Набок І. І., Кравцов А. О.** Перспективи та виклики  
транснаціонального співробітництва в галузі  
інформаційних технологій..... 38
- Завербний А. С., Залізна А. В., Трач М. Я.** Детермінанти  
інформаційного забезпечення митного постаудиту в Україні  
за умов євроінтеграції..... 44

### ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД

- Галуцьких Н. А., Дідорчук І. А., Шуба О. А.,  
Мамедова М. В.** Гендерна нерівність в економіці країн ЄС:  
сучасний аспект..... 52

## МЕХАНІЗМИ РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ

Путицький А. І. Пропозиції та рекомендації щодо зниження соціально-економічної нерівності в Україні через призму освіти.....	61
Клешов А. Й. Екоіндустріальні парки як інструмент підвищення економічної безпеки України .....	68

## ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

Хаустова В. Є., Крячко Є. М., Бондаренко Д. В. Оцінка процесів цифровізації в країнах світу та Україні у світових індексах і рейтингах .....	75
Марінов Є. А., Лісеній Є. В. Роль хмарних технологій в управлінні логістичними операціями.....	94
Юрченко В. В., Тельнова Г. В. Оптимізація управління клієнтською базою телекомунікаційної компанії за допомогою методів штучного інтелекту .....	101
Кифяк В. І. Сутність та особливості цифрової трансформації аграрної сфери.....	108
Коломієць Г. М., Рябовол Д. А. Розвиток конкуренції маркетплейсів як драйвер відновлення економіки України.....	115
Одношешна О. О., Вітер В. А., Калмиков С. О. Удосконалення процесу забезпечення захисту фінансово-економічної безпеки підприємства від ризиків шахрайства.....	123
Гур'янова А. С., Луценко Р. Р. Моделі аналізу динаміки ринку криптовалют з урахуванням поведінкових метрик стейкхолдерів за даними соціальних мереж.....	129
Бабічев А. В., Пелюх О. І. Удосконалення механізмів кібербезпеки в Україні: політичний і адміністративний аспекти .....	139

## ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ

Богданюк І. В., Мандич С. М. Багатофакторна модель оцінки ризиків та їх вплив на економічну безпеку підприємства.....	148
Чернова Н. А., Чернов О. О., Пирогова С. Є. Застосування методів машинного навчання в алгоритмі пошуку партнерів для колаборації на прикладі сектора роздрібної торгівлі .....	153
Малярець А. М., Воронін А. В., Лебедева І. А. Стійкість рівноваги та біфуркаційна поведінка виробничо-економічної системи.....	161

## ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ

Новоселець А. І. Бібліометричний аналіз поняття інноваційної управлінської діяльності.....	171
Денчик І. С. Цифровізація та цифрова трансформація в контексті інноваційного розвитку та управлінських інновацій ....	179
Крисоватий І. А. Детермінанти урбаністики в умовах розвитку Індустрії 4.0 .....	186
Тютюник І. В., Коноваленко В. І. Місце фінансових інновацій в системі координат інноваційної діяльності.....	192
Григалюнас Д. В. Роль держави в інноваційному розвитку підприємств .....	202

## ІНВЕСТИЦІЙНІ ПРОЦЕСИ

Яценко Р. М., Порохнавець А. А. Порівняння ефективності традиційних та AI-методів оптимізації інвестиційного портфеля.....	211
--	-----

## АДРЕСА ЗАСНОВНИКА:

Україна, 61165, Харків,  
пров. Інженерний, 1а,  
**Тел.:** +38(057) 702-08-67  
**e-mail:** ndc\_ipr@ukr.net  
<https://ndc-ipr.org/>

## АДРЕСА РЕДАКЦІЇ:

Україна, 61165, Харків,  
пров. Інженерний, 1а,  
Бібліотечний корп., 2 пов., к. 224.  
**Тел./факс:** +38(057) 702-05-25  
**e-mail:** biz\_inf@ukr.net  
[www.business-inform.net](http://www.business-inform.net)

## АДРЕСА

### ВИГОТІВНИКА:

ФОП Озеров Г. В.  
Україна, 61003, Харків,  
вул. Університетська, 3, к. 9.

## ПЕРЕДПЛАТА:

- у Видавця;
- **ТОВ «Меркурій Експрес»:**  
Україна, 49008, Дніпро,  
вул. Театральна, 2, оф. 302.  
**Тел.:** (093) 393-57-40

## Науковий журнал

### БІЗНЕС ІНФОРМ

### BUSINESS INFORM

Видається 1 раз на місяць

Мова видання – українська,  
англійська

Рекомендовано до друку рішенням:  
вченої ради НДЦ ІПР НАНУ  
№ 9 від 26.09.2024 р.

Здано до набору 26.08.2024 р.

Підписано до друку 26.09.2024 р.

Формат 60 x 84/8.

Друк цифровий.

Ум. друк. арк. 54,4. Обл.-вид. арк. 70,72.

Надруковано у ФОП Озеров Г. В.

Замовлення № 108. Наклад 100 прим.

© **БІЗНЕСІНФОРМ**, 2024

<b>Смельянов О. Ю., Шпак Ю. С., Щербаков М. В., Волошко Д. Ю.</b> Вплив стратегії фінансово-інвестиційної діяльності на інвестиційну активність підприємств .....	218
---	-----

## ОСВІТА І НАУКА

<b>Яценко Р. М., Яковлєв А. А.</b> Комплекс моделей управління якістю освітніх онлайн-курсів.....	225
<b>Разумова Г. В., Заїка Ю. А., Курносова О. І.</b> Вплив мобінгу на ефективність роботи закладу вищої освіти: економічний і маркетинговий контекст .....	234

## РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

<b>Тур О. В., Єремєєв О. В.</b> Проблеми просторового розвитку регіонів України у воєнному періоді.....	240
<b>Сюта С. Б.</b> Методико-прикладні засади державної політики забезпечення економічної безпеки регіону ..	247

## ПРОБЛЕМИ ПІДПРИЄМНИЦТВА

<b>Федорчук С. І.</b> Базисні положення організаційно-економічного механізму розвитку підприємництва в деревообробній промисловості .....	253
---	-----

## ЕКОНОМІКА ТОРГІВЛІ ТА ПОСЛУГ

<b>Чистюхіна А. О.</b> Дослідження нових тенденцій у кондитерському бізнесі.....	260
<b>Бешлей Б. В.</b> Збутова діяльність дистриб'юторських підприємств: сутність та особливості здійснення.....	266
<b>Халатур С. М., Жиленко К. М.</b> Стратегії диверсифікації туристичних послуг у контексті цифрового суспільства та глобальних ринків.....	274
<b>Білецька Н. В.</b> Упровадження ланцюжків доданої вартості як запорука підвищення інвестиційної привабливості туристичного сектора .....	280

## ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

<b>Романюк О. Г., Серов І. В.</b> Конкурентні стратегії інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств....	287
<b>Квашина Ю. А.</b> Концептуальні засади формування інноваційного потенціалу підприємства .....	294
<b>Буданов М. П.</b> Формування механізму організаційно-економічного забезпечення управління енергетичною безпекою підприємств.....	303
<b>Ус Ю. В., Литовченко В. О.</b> Реалізація стратегії управління енергетичною безпекою підприємств в умовах зростаючої нестабільності: організаційний аспект .....	313
<b>Юхман Я. В., Чухрай В. З., Бережницький О. І.</b> Інтеграція процесного підходу в систему управління в умовах змін .....	320

## ОБЛІК І АУДИТ

<b>Кучеренко Т. Є., Михайловина С. О., Оляднічук Н. В.</b> Облікове забезпечення витрат і доходів надзвичайних подій.....	328
---	-----

## ФІНАНСИ, ГРОШОВИЙ ОБІГ І КРЕДИТ

<b>Колодізєв О. М., Береговий В. О.</b> Фінансова безпека банків в умовах воєнного стану: вплив диджитал-інструментів та інновацій.....	335
<b>Дубина М. В., Поцелуйко І. В., Швець М. А.</b> Теоретичні положення функціонування кредитних установ в умовах кастомізації сфери фінансових послуг .....	342
<b>Семенов К. О.</b> Теоретичний базис формування фінансової стратегії акціонерного товариства .....	351
<b>Арутюнян С. С.</b> Теоретичні аспекти фінансового управління реалізацією проектів упровадження джерел відновлюваної енергії на транспорті.....	357
<b>Євтушенко Ю. В.</b> Система фінансового забезпечення розвитку житлового будівництва .....	364
<b>Карпенко М. Ю.</b> Формування дохідної частини місцевих бюджетів за умов децентралізації.....	373
<b>Назаркевич І. Б., Дуб А. Р.</b> Організаційно-економічні аспекти адміністрування податку на нерухоме майно в умовах реформування податкової системи.....	383
<b>Семенова В. Г., Трунько В. С.</b> Ефективність управління фінансовими ресурсами Пенсійного фонду України .....	391
<b>Мшвідобадзе Т. Я., Осадзе А. Т.</b> Детермінанти успіху мобільних платежів і проблеми безпеки .....	398

## МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ

<b>Балановська Т. І., Сотник В. В., Гавриш О. М.</b> Розвиток бренд-менеджменту підприємств в умовах цифровізації .....	405
<b>Вострякова В. І.</b> Інтегрований підхід до моделювання біоекономічної трансформації: визначення векторів і засобів в управлінні.....	412
<b>Васільєва Л. М., Міньковська А. В., Ірза А. М.</b> Формування кадрової безпеки як напрям стратегії управління персоналом у бізнес-середовищі .....	423
<b>Августин Р. Р., Демків І. О., Трепет Н. М.</b> Аналізування та ідентифікація шляхів удосконалення конкурентної стратегії підприємства в умовах цифровізації.....	429
<b>Носач Н. М., Єгіозар'ян А. Г., Полякова Є. С.</b> Теоретичні аспекти моніторингу в системі менеджменту суб'єктів економічних відносин .....	437
<b>Ларіна Т. Ф., Коваленко Д. О., Остахов О. С.</b> Організаційно-економічні аспекти розвитку кадрового потенціалу в процесі впровадження принципів циркулярної економіки на аграрних підприємствах ...	443
<b>Олініченко К. С., Чміль Г. Л., Бубенець І. Г.</b> Тенденції розвитку сучасного маркетингу в Україні....	450
<b>Серов В. В., Король Ю. К.</b> Використання сучасних маркетингових технологій як інструменту підвищення конкурентоздатності підприємств .....	457
<b>Кашульська Т. С.</b> Маркетинг збутової діяльності підприємств агробізнесу.....	463

# CONTENT

## GLOBALIZATION PROCESSES IN ECONOMICS

- Krasnostanova N. E., Pistun I. I., Rozia O. V.** Strategic Guidelines for Sustainable Development and National Security .....6
- Atamanchuk Z. A., Petryk I. M.** Features of the Functioning of Offshore Zones in the World Economy .....13

## INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

- Izmailov O. I.** The Current State of Trade and Economic Relations Between Ukraine and the European Union and the Impact of Military Hostilities on It.....19
- Ivashchenko H. A., Otenko P. V.** The Development of Information and Analytical Activities in the Field of International Relations .....27
- Nabok I. I., Kravtsov A. O.** Prospects and Challenges of Transnational Cooperation in the Field of Information Technology .....38
- Zaverbnyj A. S., Zalizna L. V., Trach M. Ya.** Determinants of Information Support of Customs Post-Audit in Ukraine in the Context of European Integration .....44

## FOREIGN EXPERIENCE

- Galutskykh N. A., Didorchuk I. L., Shuba O. A., Mamedova M. V.** Gender Inequality in the Economy of the EU Countries: A Modern Aspect.....52

## MECHANISMS OF REGULATION OF THE ECONOMY

- Putytskyi A. I.** Proposals and Recommendations for Reducing Socioeconomic Inequality in Ukraine through the Prism of Education .....61
- Kleshchov A. Yo.** Eco-Industrial Parks as an Instrument for Improving the Economic Security of Ukraine .....68

## INFORMATION TECHNOLOGIES IN ECONOMICS

- Khaustova V. Ye., Kriachko Ye. M., Bondarenko D. V.** Evaluation of Digitalization Processes in the Countries of the World and Ukraine According to World Indices and Rankings.....75
- Marinov Ye. A., Lisenyi Ye. V.** The Role of Cloud Technologies in the Management of Logistics Operations .....94
- Yurchenko V. V., Telnova H. V.** Optimization of the Management of the Customer Base of a Telecommunications Company Using Artificial Intelligence Methods ..... 101
- Kyfyak V. I.** The Essence and Features of the Digital Transformation of the Agrarian Sector ..... 108
- Kolomiyets G. M., Riabovol D. A.** Development of Marketplace Competition as a Driver of Ukraine's Economic Recovery ..... 115
- Odnosheva O. O., Viter V. A., Kalmykov S. O.** Improvement of the Process of Ensuring Protection of the Enterprise's Financial and Economic Security from Fraud Risks..... 123

- Guryanova L. S., Lutsenko R. R.** Models for Analyzing Cryptocurrency Market Dynamics with Behavioral Metrics of Stakeholders Based on Social Media Data..... 129
- Babichev A. V., Peliukh O. I.** Improving Cybersecurity Mechanisms in Ukraine: The Political and Administrative Aspects ..... 139

## ECONOMIC AND MATHEMATICAL MODELING

- Bohdaniuk I. V., Mandych S. M.** Multifactor Model of Assessment of Risks and Their Impact on the Economic Security of Enterprise ..... 148
- Chernova N. L., Chernov O. O., Pyrohova S. Ye.** Application of Machine Learning Methods in the Algorithm for Finding Partners for Collaboration on the Example of the Retail Sector ..... 153
- Malyarets L. M., Voronin A. V., Lebedeva I. L.** Stability of Equilibrium and Bifurcation Behavior of the Production and Economic System ..... 161

## INNOVATIVE PROCESSES

- Novoselets A. I.** Bibliometric Analysis of the Concept of Innovative Management Activity ..... 171
- Denchyk I. S.** Digitalization and Digital Transformation in the Context of Innovative Development and Managerial Innovations..... 179
- Krysovatty I. A.** Determinants of Urbanism in the Context of Industry 4.0 Development ..... 186
- Tiutiunyk I. V., Konovalenko V. I.** Place of Financial Innovations in the System of Coordinates of Innovation Activity..... 192
- Hryhaluinias D. V.** The Role of the State in the Innovation Development of Enterprises..... 202

## INVESTMENT PROCESSES

- Yatsenko R. M., Porokhnavets A. A.** Comparison of the Effectiveness of Traditional and AI-Based Methods of Investment Portfolio Optimization ..... 211
- Yemelyanov O. Yu., Shpak Yu. S., Shcherbakov M. V., Voloshko D. Yu.** The Influence of the Strategy of Financial and Investment Activity on the Investment Activity of Enterprises ..... 218

## EDUCATION AND SCIENCE

- Yatsenko R. M., Yakovliev A. A.** The Complex of Quality Management Models for Online Educational Courses ..... 225
- Razumova H. V., Zaika Yu. A., Kurnosova O. I.** The Impact of Mobbing on the Performance of a Higher Education Institution: The Economic and Marketing Context..... 234

## REGIONAL ECONOMY

- Tur O. V., Yermieiev O. V.** Problems of Spatial Development of Ukrainian Regions in the Wartime Period..... 240
- Siuta S. B.** Methodological and Applied Principles of the State Policy of Ensuring the Economic Security of the Region ..... 247



## PROBLEMS OF ENTREPRENEURSHIP

- Fedorchuk S. I.** Basic Provisions of the Organizational and Economic Mechanism of Entrepreneurship Development in the Woodworking Industry ..... 253

## ECONOMICS OF TRADE AND SERVICES

- Chystiukhina A. O.** Research of New Trends in the Confectionery Business ..... 260
- Beshlei B. V.** Sales Activity of Distribution Enterprises: The Essence and Peculiarities of Implementation..... 266
- Khalatur S. M., Zhylenko K. M.** Strategies for Diversifying Tourism Services in the Context of Digital Society and Global Markets..... 274
- Biletska N. V.** Introduction of Value Chains as a Guarantee of Increasing the Investment Attractiveness of the Tourism Sector ..... 280

## ECONOMICS OF ENTERPRISE

- Romaniuk O. H., Sierov I. V.** Competitive Strategies for Innovation and Investment Development of Enterprises..... 287
- Kvashyna Yu. A.** The Conceptual Foundations of Formation of Innovation Potential of Enterprise..... 294
- Budanov M. P.** Formation of a Mechanism for Organizational and Economic Support of Energy Security Management of Enterprises..... 303
- Us Yu. V., Lytovchenko V. O.** Implementation of the Strategy for Managing the Energy Security of Enterprises in the Context of Growing Instability: The Organizational Aspect..... 313
- Yukhman Ya. V., Chukhrai V. Z., Berezhnyskyi O. I.** Integration of the Process Approach into the Enterprise Management System in Conditions of Change ..... 320

## ACCOUNTING AND AUDITING

- Kucherenko T. Ye., Mykhailovyna S. O., Olyadnichuk N. V.** Accounting for Expenses and Income of Extraordinary Events ..... 328

## FINANCE, MONEY CIRCULATION AND CREDIT

- Kolodiziev O. M., Berehovyi V. O.** Financial Security of Banks under Martial Law: The Impact of Digital Instruments and Innovations..... 335
- Dubyna M. V., Potseluiiko I. V., Shvets M. A.** The Theoretical Provisions of the Functioning of Lending Institutions in the Context of Customization of the Financial Services Sector ..... 342

- Semenov K. O.** The Theoretical Basis for the Formation of the Financial Strategy of a Joint Stock Company ..... 351
- Arutiunian S. S.** The Theoretical Aspects of Financial Management of the Implementation of Renewable Energy Projects in Transport..... 357
- Yevtushenko Y. V.** A System of Financial Provision for the Development of Housing Construction..... 364
- Karpenko M. Yu.** Formation of the Revenue Side of Local Budgets under the Conditions of Decentralization ..... 373
- Nazarkevych I. B., Dub A. R.** The Organizational and Economic Aspects of Real Estate Tax Administration in the Context of Tax System Reform ..... 383
- Semenova V. H., Trunko V. S.** Efficiency of Management of Financial Resources of the Pension Fund of Ukraine..... 391
- Mshvidobadze T. I., Osadze L. T.** Success Determinants of Mobile Payments and Security Issues..... 398

## MANAGEMENT AND MARKETING

- Balanovska T. I., Sotnyk V. V., Havrysh O. M.** Development of Brand Management of Enterprises in the Context of Digitalization..... 405
- Vostriakova V. I.** An Integrated Approach to Bioeconomic Transformation Modeling: Identification of Vectors and Management Tools..... 412
- Vasileva L. M., Minkovska A. V., Irza A. M.** Formation of Personnel Security as a Direction of Staff Management Strategy in the Business Environment..... 423
- Avhustyn R. R., Demkiv I. O., Trepet N. M.** Analysis and Identification of Ways to Improve the Company's Competitive Strategy in the Conditions of Digitalization..... 429
- Nosach N. M., Yehiozarian A. H., Poliakova Ye. S.** The Theoretical Aspects of Monitoring in the Management System of Economic Relations Entities..... 437
- Larina T. F., Kovalenko D. O., Ostakhov O. S.** The Organizational and Economic Aspects of Human Resources Development in the Process of Implementing the Principles of Circular Economy at Agrarian Enterprises..... 443
- Olinichenko K. S., Chmil H. L., Bubenets I. H.** Trends in the Development of Modern Marketing in Ukraine..... 450
- Serov V. V., Korol Yu. K.** The Use of Modern Marketing Technologies as a Tool to Enhance the Competitiveness of Enterprises ..... 457
- Kashulska T. S.** Marketing of Sales Activities of Agribusiness Enterprises ..... 463

Smahliuk, A. A., and Nadtochii, A. O. "Analiz rynku kondyterskykh vyrobiv Ukrainy ta perspektyvy yoho rozvytku" [Analysis of the Confectionery Goods Market in Ukraine and the Perspectives of its Development]. *Internauka. Seriya «Ekonomichni nauky»*, no. 2 (2020). <https://www.inter-nauka.com/uploads/public/15823961346397.pdf>

Svitlynets, O. V., Horishevskiy, P. A., and Khalilova-Chuvaieva, Yu. O. "Innovatsiini stratehii v upravlinni hotelno-restorannymy posluhamy: vid zelenykh initsiatyv do sotsialnoi vidpovidalnosti" [Innovative Strategies in the Management of Hotel and Restaurant Services: From Green Initiatives to Social Responsibility]. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 60 (2024). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-153>

Voloshyn, Ye., and Maslak, O. "Innovatsii v kondyterskii spravi vplyv na ekonomichnyi rozvytok haluzii" [In-

novations in the Confectionery Business Impact on the Economic Development of the Industry]. *Collection of Scientific Papers «ΛΟΓΟΣ»* (2024): 25-27. DOI: <https://doi.org/10.36074/logos-24.05.2024.003>

Vo-Thanh, T. et al. "The Service Digitalization in Fine-Dining Restaurants: A Cost-Benefit Perspective". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol. 34, no. 9 (2022): 3502-3524. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2021-1130>

Zahrychanska, A. V., and Holiuk, V. Ya. "Analiz suchasnoho kondyterskoho rynku Ukrainy" [Analysis of the Modern Confectionery Market of Ukraine]. *Aktualni problemy ekonomiky i upravlinnia*, no. 15 (2021). <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/226703>

УДК 658.8:339.33

JEL: L81; M11

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-9-266-273>

## ЗБУТОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ДИСТРИБ'ЮТОРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ: СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ

©2024 БЕШЛЕЙ Б. В.

УДК 658.8:339.33

JEL: L81; M11

### Бешлей Б. В. Збутова діяльність дистриб'юторських підприємств: сутність та особливості здійснення

Метою статті є характеристика підходів до визначення сутності поняття «збутова діяльність дистриб'юторських підприємств», а також обґрунтування особливостей її здійснення. Аналіз, систематизація й узагальнення наукових праць учених-економістів дозволили розглянути особливості здійснення збутової діяльності з урахуванням специфіки дистриб'юторських підприємств. Систематизовано погляди науковців щодо визначення понять «збут» і «збутова діяльність». У результаті дослідження було надано авторське визначення поняття «збутова діяльність дистриб'юторського підприємства», яке ґрунтується на поєднанні таких важливих аспектів збуту, як формування попиту, організація каналів розподілу, орієнтація на споживача, а також фінансові та маркетингові засади. Обґрунтовано рівні каналів розподілу продукції та встановлено, що дистриб'юторські підприємства виконують важливу роль у каналах розподілу продукції, забезпечуючи ефективне переміщення товарів від виробника до кінцевого споживача через різні рівні посередників. Визначено місце та роль дистриб'юторських підприємств у ланцюгу постачання та проаналізовано основні складові, які впливають на процес збутової діяльності. Особливу увагу приділено використанню сучасних цифрових технологій у здійсненні збутової діяльності дистриб'юторських підприємств. Доведено, що їх застосування дозволяє значно підвищити ефективність збутових процесів продажу, логістики, управління запасами та взаємодії з партнерами і клієнтами та допомагають дистриб'юторам адаптуватися до змін ринку. Запропоновано шляхи оптимізації збутової діяльності дистриб'юторських підприємств, головними векторами яких стали: автоматизація процесів збуту; оптимізація логістичних процесів; розширення та диверсифікація каналів збуту; вдосконалення маркетингової стратегії; підвищення якості обслуговування клієнтів; аналіз і прогнозування попиту; управління ціноутворенням; підвищення рівня співпраці з партнерами. Зроблено висновок про те, що збутова діяльність дистриб'юторських підприємств є важливим елементом функціонування сучасного ринкового середовища, забезпечуючи ефективне переміщення товарів від виробника до кінцевого споживача.

**Ключові слова:** збут, збутова діяльність, дистриб'юторські підприємства, канали розподілу, облік.

**Рис.:** 2. **Табл.:** 1. **Бібл.:** 8.

**Бешлей Богдан Вікторович** – аспірант кафедри аналізу та аудиту, Вінницький національний аграрний університет (вул. Сонячна, 3, Вінниця, 21008, Україна)

**E-mail:** [dp020995bbv@gmail.com](mailto:dp020995bbv@gmail.com)

**ORCID:** <https://orcid.org/0009-0007-7874-4666>

UDC 658.8:339.33

JEL: L81; M11

### Beshlei B. V. Sales Activity of Distribution Enterprises: The Essence and Peculiarities of Implementation

The aim of the article is to characterize approaches to defining the essence of the concept of «sales activity of distribution enterprises», as well as substantiating the features of implementation of such an activity. Analysis, systematization and generalization of scientific works of economists allowed to consider the features of sales activities, taking into account the specifics of distribution enterprises. The views of scholars on the definition of the concepts of «sales» and «sales activity» are systematized. As a result of the study, the author's own definition of the concept of «sales activity of a distribution enterprise» is presented, based on a combination of such important aspects of sales as demand formation, organization of distribution channels, consumer orientation, as well as financial and

marketing principles. The levels of distribution channels of production are substantiated and it is determined that distribution enterprises play an important role in the channels of distribution of products, ensuring the effective movement of goods from the producer to the end consumer through different levels of intermediaries. The place and role of distribution enterprises in the supply chain are determined and the main components that affect the process of sales activities are analyzed. Particular attention is paid to the use of modern digital technologies in the implementation of sales activities of distribution enterprises. It is proved that their use can significantly increase the efficiency of sales processes, logistics, inventory management and interaction with partners and customers, and help distributors adapt to market changes. Ways to optimize the sales activities of distribution enterprises are proposed, the main vectors of which are: automation of sales processes; optimization of logistics processes; expansion and diversification of sales channels; improving the marketing strategy; improving the quality of customer service; demand analysis and forecasting; pricing management; increasing the level of cooperation with partners. It is concluded that the sales activity of distribution enterprises is an important element of the functioning of the modern market environment, ensuring the effective movement of goods from the manufacturer to the end consumer.

**Keywords:** sales, sales activities, distribution enterprises, distribution channels, accounting.

**Fig.:** 2. **Tabl.:** 1. **Bibl.:** 8.

**Beshlei Bohdan V.** – Postgraduate Student of the Department of Analysis and Audit, Vinnytsia National Agrarian University (3 Soniachna Str., Vinnytsia, 21008, Ukraine)

**E-mail:** dp020995bbv@gmail.com

**ORCID:** <https://orcid.org/0009-0007-7874-4666>

Питання ефективного управління збутовою діяльністю в умовах сьогодення стоїть перед підприємствами будь-якої форми власності. Підвищення ефективності господарської діяльності та фінансового стану підприємств напряму пов'язані з вирішенням проблем у системі управління збутовою діяльністю підприємств. Тому управлінська діяльність у сфері збуту виступає одним із найважливіших факторів функціонування та розвитку підприємств. Збутова діяльність є ключовим елементом функціонування дистриб'юторських підприємств. Її основне завдання – забезпечення ефективного постачання продукції від виробника до кінцевого споживача. Одночасно збутова діяльність дистриб'юторських підприємств є складним процесом, оскільки вона супроводжується ризиками невизначеності як на внутрішньому, так і на глобальному рівні, а також постійними змінами в конкурентному середовищі.

В умовах сучасної ринкової економіки роль дистриб'юторів не обмежується лише транспортуванням товарів. Вони стають важливими учасниками маркетингових процесів, активно впливають на просування продукції та формування попиту. Це зумовлює актуальність досліджень, спрямованих на обґрунтування особливостей організації та здійснення збутової діяльності дистриб'юторських підприємств.

У світовій науковій літературі, присвяченій дослідженню збутової діяльності та організації процесів дистрибуції, особливе місце займають праці таких науковців, як Г. Армстронг, Г. Дж. Болт, Д. Джоббер, Ф. Котлер, Д. Ксардела, Д. Ланкастер, Г. Сандерс, В. Льюїс, А. А. Томпсон, А. Дж. Стрікленд, А. В. Еткінсон, Г. Бекер, П. Масімо, А. Пауль, Дж. Кларк, Ф. Вікстед, Ж.-К. Тарондо та інших.

Питання ефективної організації збутової діяльності підприємств досліджували багато й українських учених-економістів. Зокрема, особливості

збутової діяльності розглядали такі науковці, як С. Боняр, О. Голуб, К. Грабітченко, С. Дробаха, Й. Завадський, І. Іваніцький, Ю. Іваніцький, Т. Мулик, О. Омельченко, І. Чернявська, В. Швед та інші.

Відаючи належне наявному доробку, слід зауважити, що дослідження сутності та особливостей здійснення збутової діяльності дистриб'юторських підприємств залишається поза увагою науковців.

Метою дослідження є характеристика підходів до визначення сутності поняття «збутова діяльність дистриб'юторських підприємств», а також обґрунтування особливостей її здійснення.

Сьогодні збутова діяльність підприємства стосується завдань, що знаходяться у взаємозв'язку з каналами руху товарів, по яких він потрапляє від виробника до кінцевого споживача. В економічній літературі трактування понять «збут» і «збутова діяльність» різняться.

Так, словник-довідник правових, політологічних, соціологічних та економічних термінів таким чином визначає поняття «збут»: «збут – це продаж готової продукції, сировини» [6]. Вважаємо, що це визначення є надто лаконічним та обмеженим, адже не передає суті діяльності, масштабності заходів.

У «Економічному словнику» Й. Завадського, Т. Осовської та О. Юшкевича збут визначено лаконічно, але при цьому достатньо розгорнуто: «Збут готової продукції – один з аспектів діяльності підприємств, змістом якого є реалізація виробленої продукції з метою перетворення товарів на гроші й задоволення запитів споживачів» [2]. Ця дефініція чітко підкреслює дві основні складові збуту: отримання прибутку та задоволення потреб споживачів. Важливо звернути увагу на останню частину визначення, яка акцентує увагу на задоволенні запитів споживачів, що є ключовим принципом маркетингової діяльності. Маркетинг, таким чином, можна розглядати як стратегію, спрямовану



на збут продукції через вивчення та задоволення потреб ринку, що сприяє не тільки продажу товарів, але й формуванню довгострокових відносин зі споживачами.

І. Іваніцький та Ю. Іваніцький вважають, що збут продукції – це комплекс заходів для забезпечення результативного доступу товару до споживачів для задоволення їхніх потреб [3, с. 154]. На нашу думку, дане визначення є недостатньо деталізованим і не відображає вплив зовнішніх факторів, таких як конкуренція, зміни на ринку, або ризики, які можуть впливати на збутову діяльність підприємства. Таким чином, дане визначення добре підходить для базового розуміння збуту, але воно потребує додаткового уточнення, щоб повніше відобразити всі важливі аспекти процесу.

В. Швед, О. Омельченко та С. Дробаха розглядають збут продукції як діяльність підприємства, яка пов'язана з фізичним переміщенням продукції від виробника до споживача, що включає: складування, вибір каналів розподілу та юридичне оформлення договорів постачання, актів купівлі-продажу; транспортування; контроль виконання договірних зобов'язань, погашення комерційних кредитів; визначення фінансових результатів від реалізації продукції [8, с. 77]. Дане визначення збуту надає чітке уявлення про етапи збутової діяльності та враховує такі важливі аспекти, як оформлення договорів постачання та актів купівлі-продажу. Проте для більш комплексного розуміння збуту до визначення необхідно включити аспекти управління попитом, аналізу ринку та маркетингу.

Водночас науковці І. Іваніцький та Ю. Іваніцький, окрім збуту, визначають і збутову діяльність – як ефективну роботу підприємства з формування пропозиції та попиту на продукцію і послуги, спрямовані на формування дієвих каналів розподілу та просування товару на ринок [3, с. 154]. Визначення підкреслює важливість не тільки реалізації продукції, але й формування попиту на неї, що є ключовим елементом сучасної маркетингової стратегії, акцент на каналах розподілу та їх формування показує розуміння того, що успішний збут вимагає чіткої організації логістики та вибору правильних шляхів для доставки продукції до споживачів. Це важливо для оптимізації збутової діяльності та забезпечення ефективного доступу товару на ринок. Проте дане визначення, як і всі попередні, не зосереджує увагу на фінансовому аспекті збутової діяльності, адже важливо враховувати, що кінцева мета збутової діяльності – це перетворення товару на гроші, тобто отримання прибутку.

І. Чернявська та О. Голуб під збутовою діяльністю розуміють цілеспрямовану організаційно-

господарську діяльність, спрямовану на збільшення обсягів продажу товарів і послуг з урахуванням виробничого потенціалу, виробничо-технологічного циклу, маркетингового плану, матеріально-технічних зв'язків з урахуванням забезпечення двосторонніх зв'язків між компанією та діловими партнерами та бізнес-інфраструктурою [7, с. 134]. Визначення І. Чернявської та О. Голуба має комплексний характер і враховує організаційно-господарські аспекти збутової діяльності, що є корисним для стратегічного управління підприємством. Проте його можна доповнити акцентом щодо орієнтації на споживачів і фінансові результати для повнішого розуміння збутової діяльності в сучасному ринковому середовищі.

Інші автори ототожнюють поняття «збут» і «збутова діяльність» як однаковий процес. Варто зазначити також, що, окрім збуту, пов'язаними або тотожними зі збутовою діяльністю підприємства вважають реалізацію, торгівлю, розподіл і дистрибуцію (рис. 1).

Усі наведені визначення є узагальненими щодо діяльності підприємств, проте вважаємо доцільним навести власне бачення поняття збутової діяльності з урахуванням специфіки дистриб'юторських підприємств. Отже, *збутова діяльність дистриб'юторських підприємств* – це сукупність процесів і заходів, спрямованих на організацію постачання товарів від виробників до кінцевих споживачів або роздрібних продавців через різні канали збуту, яка охоплює планування, управління товарними запасами, вибір і координацію каналів збуту, логістику, маркетингові стратегії та післяпродажне обслуговування. Основна мета збутової діяльності дистриб'юторського підприємства – забезпечити ефективний продаж товарів, підтримуючи їхню доступність на ринку та задовольняючи попит клієнтів.

Ключовими елементами збутової діяльності підприємства є канали збуту продукції, оскільки вони забезпечують ефективне переміщення продукції від виробника до кінцевого споживача. Правильна організація каналів збуту дозволяє підприємству успішно реалізовувати свою продукцію, розширювати ринок збуту та підтримувати конкурентні переваги.

Канали збуту продукції можна поділити на кілька рівнів залежно від кількості посередників, які беруть участь у процесі переміщення товару від виробника до кінцевого споживача (рис. 2):

1. *Нульовий рівень (прямий канал)* – коли товар переходить від виробника безпосередньо до кінцевого споживача без участі посередників. Такий канал часто використовують для продажу продукції через інтер-



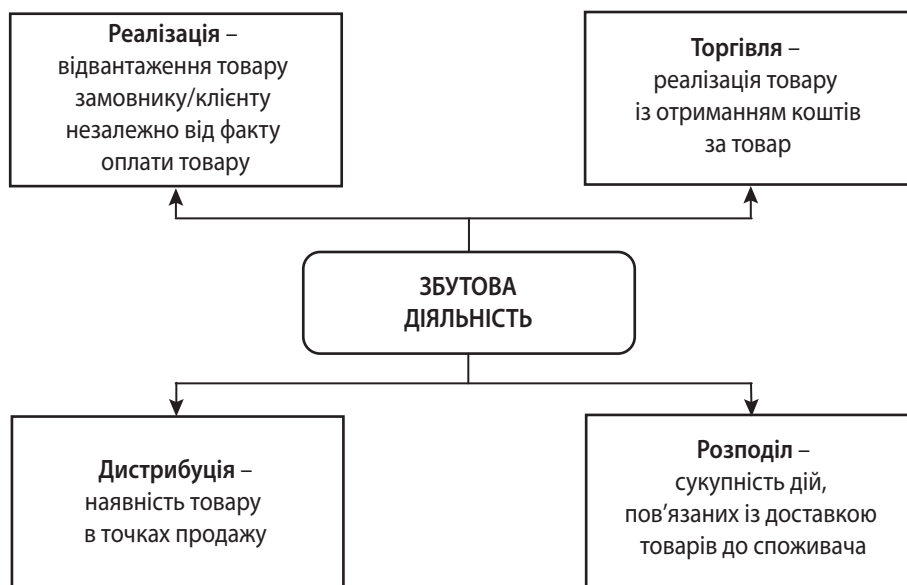


Рис. 1. Дефініції, тотожні з поняттями «збут» і «збутова діяльність»

Джерело: авторська розробка.

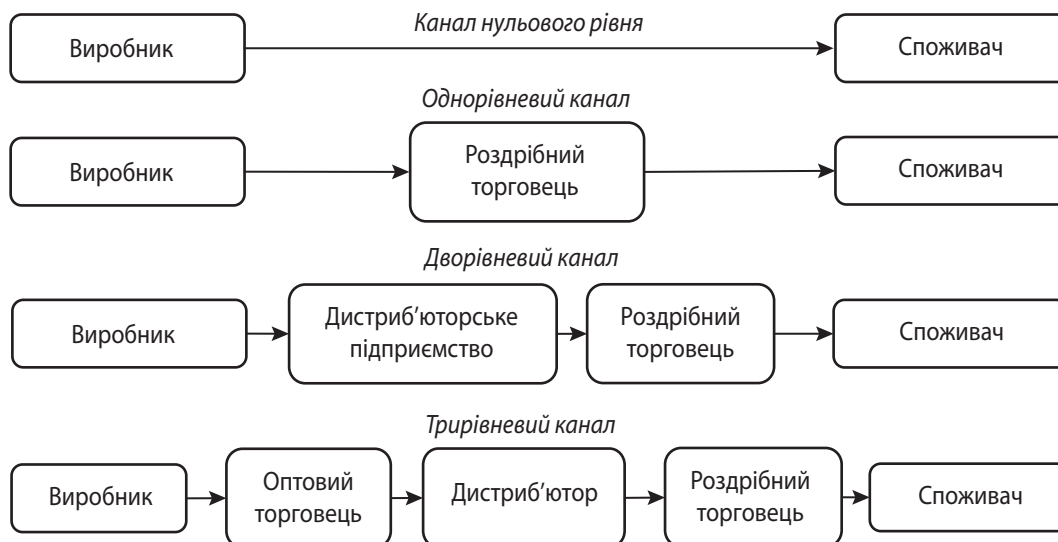


Рис. 2. Рівні каналів розподілу товарів

Джерело: узагальнено автором на основі [6, с. 184].

- нет-магазини, фірмові торгові точки або прямі замовлення.
2. *Однорівневий канал* – включає одного посередника – це може бути роздрібний продавець, який отримує товар від виробника та продає його кінцевому споживачеві. Такий канал є типовим для малого бізнесу або продажу специфічних товарів.
  3. *Дворівневий канал* – тут задіяно двох посередників – дистриб'ютор (оптовий постачальник) і роздрібний продавець. Виробник передає товар дистриб'ютору, який потім реалізує його роздрібним торговцям,

- а ті продають товар кінцевим споживачам. Цей канал є поширеним для масового розповсюдження товарів широкого вжитку.
4. *Трирівневий канал* – у цьому випадку задіяно три посередники – оптовик, дистриб'ютор і роздрібний продавець. Такий канал застосовується для товарів, які потребують складної логістики або охоплюють великі географічні території.
- Кожен з цих рівнів має свої переваги та недоліки, і вибір каналу збуту залежить від особливостей продукції, ринкових умов та стратегічних цілей підприємства.

Таким чином, дистриб'юторські підприємства виконують важливу роль у каналах розподілу продукції, забезпечуючи ефективне переміщення товарів від виробника до кінцевого споживача через різні рівні посередників. Вони є ключовими посередниками між виробниками та роздрібними продавцями або кінцевими покупцями, що робить їх центральною ланкою в системі каналів розподілу.

Дистриб'юторські підприємства відіграють ключову роль у забезпеченні безперебійної взаємодії між виробниками та споживачами. Вони можуть закуповувати товари у виробників і реалізовувати їх ритейлерам або напряму кінцевим споживачам і/або компаніям. Крім того, дистриб'ютори можуть надавати виробникам логістичну та складську підтримку, післяпродажне обслуговування, розробляти стратегії для зниження витрат і оптимізації процесу продажу, а також здійснювати управління запасами продукції [5].

Узагальнено основні вектори збутової діяльності дистриб'юторських підприємств у ланцюгу постачання:

- 1) *посередництво між виробниками та споживачами* – дистриб'юторські підприємства виступають ключовими посередниками, забезпечуючи взаємозв'язок між виробниками та роздрібними продавцями або кінцевими споживачами. Вони допомагають виробникам охоплювати більші ринки, знижуючи витрати на організацію власних збутових каналів;
- 2) *управління товарними запасами* – дистриб'юторські підприємства беруть на себе відповідальність за закупівлю, зберігання та управління запасами продукції, що дозволяє виробникам зосередитися на виробничих процесах. Це забезпечує постійну наявність товарів у точках продажу та зменшує ризики дефіциту;
- 3) *оптимізація логістичних процесів* – дистриб'юторські підприємства організують транспортування продукції, оптимізують маршрути постачання та управління складськими запасами. Це дозволяє знизити витрати на логістику та скоротити час доставки;
- 4) *зниження ризиків для виробників* – дистриб'юторські підприємства, взявши на себе функцію управління запасами та продажами, знижують ризики для виробників, пов'язані з коливанням попиту, сезонністю або змінами ринку. Це допомагає виробникам підтримувати стабільність в умовах мінливого ринкового середовища;

5) *маркетингові функції* – дистриб'юторські підприємства беруть активну участь у маркетингових процесах, зокрема у просуванні товарів, стимулюванні попиту та формуванні бренду на локальних ринках. Вони проводять рекламні кампанії, акції та підтримують зв'язок із клієнтами;

6) *фінансова підтримка* – дистриб'юторські підприємства часто надають фінансову підтримку виробникам, закуповуючи великі обсяги продукції заздалегідь або надаючи гнучкі умови оплати. Це сприяє стабільності грошових потоків і допомагає виробникам уникати проблем з ліквідністю.

Також система дистрибуції базується на поєднанні таких основних складових, які впливають на процес збутової діяльності:

- ✦ *стратегія поведінки підприємства*, яка включає стратегію маркетингового розподілу та концепцію організації системи дистрибуції. Це визначається стратегією виходу на ринок, вибором каналів збуту та партнерів для співпраці;
- ✦ *партнерство з комерційними посередниками*. Організація каналів збуту включає укладання договорів з посередниками, такими як дистриб'ютори, роздрібні мережі тощо, які беруть на себе функції з продажу продукції;
- ✦ *ціноутворення*. Воно повинно бути справедливим для всіх учасників каналів збуту, що включає встановлення роздрібної ціни та цін перепродажу в усьому каналі збуту;
- ✦ *логістика* – є ключовою для забезпечення фізичної дистрибуції продукції, включно з обслуговуванням замовлень, транспортуванням, утриманням складів та запасів;
- ✦ *аналіз і контроль за роздрібними цінами, наявністю товарів у місцях продажу, якістю подання товару, а також аналіз дій конкурентів та партнерів* з погляду дотримання умов співпраці та стандартів обслуговування [1, с. 356–357].

Окрім всього, у сучасних умовах невід'ємною частиною збутової діяльності дистриб'юторських підприємств стали цифрові технології. Їх застосування дозволяє значно підвищити ефективність процесів продажу, логістики, управління запасами та взаємодії з партнерами і клієнтами. Цифровізація забезпечує більш гнучке, швидке і точне управління всіма аспектами збутової діяльності, що сприяє збільшенню конкурентоспроможності підприємства.

Основними напрямками використання цифрових технологій у збутовій діяльності є:

- 1) *автоматизація управління запасами* – сучасні програмні рішення, такі як ERP-системи (*Enterprise Resource Planning*) та WMS (*Warehouse Management Systems*), дозволяють автоматизувати контроль за запасами на складах. Це дає змогу дистриб'юторам точно відстежувати наявність товарів, уникати дефіцитів або надлишків і планувати закупівлі відповідно до попиту;
- 2) *електронна комерція* – створення онлайн-платформ для продажу продукції значно розширює можливості дистриб'юторів. Вебсайти, мобільні застосунки або B2B-портали дозволяють клієнтам здійснювати замовлення швидко та зручно, без необхідності особистих зустрічей або довготривалих переговорів. Це також дозволяє підприємствам охоплювати глобальний ринок і працювати цілодобово;
- 3) *CRM-системи (Customer Relationship Management)* – сприяють дистриб'юторським підприємствам щодо ефективного керування відносинами з клієнтами, збирають дані про них та аналізують їхні потреби, автоматизують процеси комунікації та дозволяють налаштовувати персоналізовані пропозиції. Це підвищує рівень обслуговування та лояльність клієнтів;
- 4) *цифровий маркетинг* – використання цифрових технологій у маркетингу (SEO, контекстна реклама, соціальні мережі, email-маркетинг) дозволяє дистриб'юторським підприємствам активно просувати продукцію в інтернеті та розширювати свою аудиторію. Це допомагає залучати нових клієнтів і ефективніше доносити до них інформацію про продукцію та акції;
- 5) *Big Data* – використання аналітичних інструментів для аналізу великих масивів даних дозволяє дистриб'юторським підприємствам прогнозувати попит, аналізувати поведінку споживачів, визначати найбільш ефективні канали збуту й адаптувати свою стратегію до змін ринку. Це підвищує точність бізнес-рішень та дозволяє оптимізувати процеси;
- 6) *хмарні технології* – використання хмарних сервісів для зберігання даних і управління бізнес-процесами дозволяє дистриб'юторським підприємствам отримувати доступ до інформації в режимі реального часу з будь-якої точки світу. Це полегшує управління збутовими операціями та забезпечує гнучкість у прийнятті рішень;

7) *Інтернет речей* – IoT-технології дозволяють автоматизувати процеси на складах, відстежувати переміщення товарів, оптимізувати транспортування та знижувати витрати на логістику. Це значно поліпшує точність управління ланцюгом постачання та підвищує оперативність роботи;

8) *електронний документообіг* – перехід на цифрові системи документообігу дозволяє дистриб'юторським підприємствам швидше укладати угоди, обробляти замовлення й узгоджувати договори з постачальниками та клієнтами. Це скорочує час на оформлення паперових документів і знижує ймовірність помилок.

Таким чином, цифрові технології відіграють вирішальну роль у збутовій діяльності дистриб'юторських підприємств, сприяючи автоматизації ключових процесів, підвищенню ефективності та швидкості операцій, поліпшенню взаємодії з клієнтами та партнерами. Їх активне використання дає дистриб'юторським підприємствам можливість залишатися конкурентоспроможними в умовах сучасного ринку та швидко адаптуватися до його змін.

Отже, ефективність збутової діяльності є вирішальним фактором для успіху дистриб'юторських підприємств, оскільки вона впливає на задоволення потреб клієнтів, фінансові показники та конкурентоспроможність на ринку. Для підвищення ефективності збуту слід впроваджувати сучасні стратегії та використовувати технології, що дозволяють оптимізувати процеси продажу, логістики та управління запасами (*табл. 1*).

Для підвищення ефективності збутової діяльності дистриб'юторські підприємства повинні активно впроваджувати цифрові технології, автоматизувати процеси, розширювати канали збуту та вдосконалювати логістичні операції. Крім того, важливо розробляти сучасні маркетингові стратегії, забезпечувати високий рівень обслуговування клієнтів і підвищувати гнучкість у співпраці з партнерами. Ці заходи дозволять підприємствам знизити витрати, підвищити продажі та зміцнити конкурентні позиції на ринку.

## ВИСНОВКИ

Збутова діяльність дистриб'юторських підприємств є важливим елементом функціонування сучасного ринкового середовища, забезпечуючи ефективне переміщення товарів від виробника до кінцевого споживача. Основні завдання цієї діяльності полягають у формуванні попиту, виборі ефективних каналів збуту, управлінні логістичними процесами та налагодженні тісних взаємовід-

## Шляхи оптимізації збутової діяльності дистриб'юторських підприємств

№ з/п	Рекомендації	Характеристика
1	Автоматизація процесів збуту	Упровадження ERP- і CRM-систем дозволить автоматизувати ключові процеси збутової діяльності, такі як управління замовленнями, взаємодія з клієнтами та контроль за товарними запасами. Це зменшить кількість помилок, скоротить час на обробку замовлень і підвищить точність управлінських рішень
		Застосування електронного документообігу знижує витрати часу на обробку паперових документів і забезпечує швидший обмін інформацією з постачальниками та клієнтами
2	Оптимізація логістичних процесів	Оптимізація маршрутів доставки та застосування сучасних логістичних рішень, таких як системи відстеження транспорту, допомагають знизити витрати на логістику та скоротити час доставки товарів
		Упровадження складських інформаційних систем (WMS) забезпечує ефективне управління запасами, швидкий облік і контроль за товарами, що допомагає уникати затримок і дефіциту на складах
		Інтернет речей (IoT) може бути використаний для автоматизації обліку та відстеження товарів у процесі переміщення та зберігання, що зменшує ризики втрат і поліпшує точність управління
3	Розширення та диверсифікація каналів збуту	Активне використання омніканальних стратегій – поєднання офлайн і онлайн продажів через різні платформи (інтернет-магазини, маркетплейси, соціальні мережі) розширить ринок і збільшить кількість потенційних клієнтів
		Партнерство з новими посередниками та розвиток нових ринків дозволить знизити залежність від одного або кількох каналів збуту, підвищуючи стабільність і адаптивність бізнесу
4	Удосконалення маркетингової стратегії	Розробка та впровадження сучасних маркетингових стратегій, орієнтованих на аналіз ринку та потреб клієнтів, допоможуть точніше визначати попит і сприяти збільшенню продажів
		Використання цифрового маркетингу (реклама в інтернеті, SEO, SMM, email-розсилки) дозволить більш ефективно просувати продукцію, залучати нових клієнтів і підвищувати впізнаваність бренду
5	Підвищення якості обслуговування клієнтів	Упровадження персоналізованих пропозицій і гнучких умов для клієнтів на основі аналізу їхніх потреб та історії покупок через CRM-системи сприяє підвищенню лояльності та повторних продажів
		Забезпечення післяпродажного обслуговування (гарантійний ремонт, технічна підтримка) допоможе підвищити довіру до компанії та створить додаткову цінність для клієнтів
6	Аналіз і прогнозування попиту	Використання інструментів аналітики та великих даних (Big Data) для прогнозування попиту на товари дозволить краще планувати закупівлі та ефективно управляти запасами, що зменшить ризик дефіциту чи надлишкових запасів
		Регулярний моніторинг ринку та конкурентів допоможе швидко реагувати на зміни ринкових умов, адаптуючи стратегію збуту відповідно до актуальних тенденцій
7	Управління ціноутворенням	Важливо розробити гнучку політику ціноутворення, яка враховує коливання ринкових умов, попиту та пропозиції. Це дозволить підприємству оперативно коригувати ціни для збереження конкурентних переваг
		Стимулювання продажів через знижки, акції та спеціальні пропозиції сприяє залученню нових клієнтів і активізації збуту
8	Підвищення рівня співпраці з партнерами	Оптимізація умов співпраці з постачальниками та партнерами через прозорі угоди, взаємовигідні умови та використання спільних цифрових платформ для координації постачань і обміну даними
		Спільне планування з партнерами допоможе ефективніше управляти запасами, термінами постачання та якістю обслуговування клієнтів

Джерело: авторська розробка.



носин з партнерами. Дистриб'ютори, виконуючи посередницьку роль, сприяють зниженню витрат виробників на логістику, забезпеченню доступу до ширшого ринку та підвищенню рівня задоволення споживачів.

Важливою особливістю збутової діяльності дистриб'юторських підприємств є використання сучасних технологій, зокрема автоматизованих систем управління запасами, цифрового маркетингу та аналітики даних. Це дозволяє підприємствам поліпшувати ефективність операцій, прогнозувати попит і адаптуватися до змін ринку.

Окрім того, партнерські відносини з постачальниками та ритейлерами, якість післяпродажного обслуговування і контроль за виконанням договірних зобов'язань є важливими складовими успішної збутової стратегії. Для підтримки конкурентних позицій дистриб'юторським підприємствам необхідно постійно оптимізувати свої процеси, враховуючи ринкові виклики та тенденції.

Таким чином, ефективна збутова діяльність дистриб'юторських підприємств є ключовим фактором їхнього успіху, а також сприяє стабільності та розвитку ланцюга постачання на ринку. ■

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. Боняр С. М., Грабітченко К. М. Дистрибуція товарів як ключова галузь ринкової інфраструктури: фактори, функції та етапи її організації. *Наукові інновації та передові технології*. 2024. № 6. С. 352–360.  
DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-6\(34\)-352-360](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-6(34)-352-360)
2. Завадський Й. С., Осовська Т. В., Юшкевич О. О. Економічний словник. Київ: Кондор, 2006. 356 с.
3. Іваніцький І., Іваніцький Ю. Організація управління збутовою діяльністю підприємств. *Вісник Львівського національного університету природокористування. Серія «Економіка АПК»*. 2024. № 31. С. 153–156.  
DOI: <https://doi.org/10.31734/economics2024.31.021>
4. Марченко В. М., Шутюк В. В. Логістика: підручник. Київ: ВД «Артек», 2018. 312 с.
5. Мулик Т. О., Мудрик С. О., Бешлей Б. В. Постачальницько-збутова діяльність дистриб'юторських підприємств як об'єкт бухгалтерського обліку. *Ефективна економіка*. 2024. № 2.  
DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.2.71>
6. Словник-довідник правових, політологічних, соціологічних та економічних термінів: навч. посіб. / Укладачі: І. П. Байрак, В. К. Збарський, О. В. Грабовський, В. І. Курило, Л. І. Курило. Київ: Міленіум, 2008. 296 с.
7. Чернявська І. М., Голуб О. В. Вплив елементів економічного забезпечення на ефективність управління інноваціями в збутовій діяльності компанії. *Економічний вісник Дніпровського державного технічного університету*. 2024. № 1. С. 133–142.  
DOI: [https://doi.org/10.31319/2709-2879.2024iss1\(8\).306503pp133-142](https://doi.org/10.31319/2709-2879.2024iss1(8).306503pp133-142)
8. Швед В. В., Омельченко О. В., Дробаха С. В. Збутова політика підприємства та її елементи. *Сталій розвиток економіки*. 2024. № 2. С. 76–82.  
DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2024-49-12>

#### REFERENCES

- Boniar, S. M., and Hrabitschenko, K. M. "Dystrybutsiia tovariv yak kliuchova haluz rynkovoї infrastruktury: faktory, funktsii ta etapy yii orhanizatsii" [Goods Distribution as a Key Branch of the Market Infrastructure: Factors, Functions and Stages of its Organization]. *Naukovi innovatsii ta peredovi tekhnologii*, no. 6 (2024): 352-360.  
DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-6\(34\)-352-360](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-6(34)-352-360)
- Cherniavska, I. M., and Holub, O. V. "Vplyv elementiv ekonomichnoho zabezpechennia na efektyvnist upravlinnia innovatsiiamy v zbutovii diialnosti kompanii" [Influence of Elements of Economic Security on the Efficiency of Innovation Management in the Marketing Activities of the Company]. *Ekonomichnyi visnyk Dniprovskoho derzhavnoho tekhnichnoho universytetu*, no. 1 (2024): 133-142.  
DOI: [https://doi.org/10.31319/2709-2879.2024iss1\(8\).306503pp133-142](https://doi.org/10.31319/2709-2879.2024iss1(8).306503pp133-142)
- Ivanitskyi, I., and Ivanitskyi, Yu. "Orhanizatsiia upravlinnia zbutovoiu diialnistiu pidpriemstv" [Organization of the Management of Enterprise Sales Activities]. *Visnyk Lvivskoho natsionalnoho universytetu pryrodokorystuvannia. Seriia «Ekononika APK»*, no. 31 (2024): 153-156.  
DOI: <https://doi.org/10.31734/economics2024.31.021>
- Marchenko, V. M., and Shutiuk, V. V. *Lohistyka* [Logistics]. Kyiv: VD «Artek», 2018.
- Mulyk, T. O., Mudryk, S. O., and Beshlei, B. V. "Postachalnyiysko-zbutova diialnist dystrybiutorskykh pidpriemstv yak obiekt bukhhalterskoho obliku" [Supply and Sales Activities of Distributor Enterprises as an Object of Accounting]. *Efektivna ekonomika*, no. 2 (2024).  
DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.2.71>
- Shved, V. V., Omelchenko, O. V., and Drobakha, S. V. "Zbutova polityka pidpriemstva ta yii elementy" [Sales Policy of the Enterprise and its Elements]. *Stalyi rozvytok ekonomiky*, no. 2 (2024): 76-82.  
DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2024-49-12>
- Slovyk-dovidnyk pravovykh, politolohichnykh, sotsiolo-hichnykh ta ekonomichnykh terminiv* [Dictionary-reference of Legal, Political, Sociological and Economic Terms]. Kyiv: Milenium, 2008.
- Zavadskyi, I. S., Osovska, T. V., and Yushkevych, O. O. *Ekonomichnyi slovyk* [Economic Dictionary]. Kyiv: Kondor, 2006.

**Науковий керівник – Мулик Т. О.**, кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри аналізу та аудиту, Вінницький національний аграрний університет